



**STRATEGI POSITIONING RAU FM DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.os)*

*Dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

Oleh

**ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS**

**NIM. 1830100008**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**T.A 2023**



**STRATEGI *POSITIONING* RAU FM DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN  
SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.os)*

*Dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

**Oleh :**

**ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS**

**NIM. 1830100008**

**PEMBIMBING I**

Dr. Juni Wati Sri Rizki, S. Sos., M.A.

NIP. 197806152003122003

**PEMBIMBING II**

Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I

NIP. 199104172019032007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**

**PADANGSIDIMPUAN**

**T.A 2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

### **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis  
**Nim** : 1830100008  
**Fak/Prodi** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI  
**Judul Skripsi** : STRATEGI POSITIONING RAU FM DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI KOTA  
PADANGSIDIMPUAN

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 kode etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 27 Desember 2022  
Pembuat Pernyataan,



**ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS**  
**NIM: 1830100008**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS**  
Nim : **18 301 00008**  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“STRATEGI POSITIONING RAU FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUN”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada Tanggal : 27 Desember 2022  
Yang menyatakan,



**ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS**  
**NIM. 18 301 00008**

## **SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis  
Tempat/Tgl Lahir : Makassar, 27 Desember 2000  
NIM : 1830100008  
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padang Sidempuan, 27 Desember 2022  
Yang Membuat Pernyataan,



**Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis**  
**NIM. 18 301 00008**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD**  
**ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: @uinsyahada.ac.id

## **PENGESAHAN**

Nomor: 57 /Un.28/F.4c/PP.00.9/01/2023

**NAMA** : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis  
**NIM** : 18 301 00008  
**Program Studi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Judul Skripsi** : STRATEGI *POSITIONING* RAU FM DALAM  
MENINGKATKAN EKSISTENSI DI KOTA  
PADANGSIDIMPUAN.

Telah dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar

**Sarjana Sosial (S.Sos)**

dalam Ilmu Bidang Komunikasi Penyiaran Islam

Padangsidimpuan, 12 Januari 2023  
Dekan

  
Dr. Magdalena, M.Ag.  
NIP 197403192000032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : ROHIMAH ZULMI SYAHFITRI LUBIS  
**NIM** : 18 301 00008  
**FAKULTAS/PRODI** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**JUDUL SKRIPSI** : STRATEGI *POSITIONING* RAU FM DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Ketua,

Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A.  
NIP 198404032015031004

Sekretaris,

Nur Fitriani M Siregar, M.Kom.I.  
NIP 199104172019032007

Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A.  
NIP 198404032015031004

Anggota

Nur Fitriani M -Siregar, M.Kom.I.  
NIP 199104172019032007

Dr. Mohd Rafiq, S.Ag., M.A.  
NIP 19960606620022121003

Barkah Hadamean Harahap, M. I. Kom.  
NIP 1979080520060401004

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidempuan  
**Hari/Tanggal** : Kamis, 12 Januari 2023  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : 82,5 (A)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** :  
**Predikat** :



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD**  
**ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi  
an. Rohimah Zulmi S. Lubis

Padangsidimpuan, Januari 2023

lampiran : 6 (enam) Exemplar

Kepada Yth:  
Dekan FDIK  
Universitas Islam Negeri Syekh Ali  
Hasan Ahmad Addary  
Padangsidimpuan

Di:  
Padangsidimpuan

Assalamu alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis yang berjudul: "**STRATEGI POSITIONING RAU FM DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

**Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos., M.A.**  
NIP. 197806152003122003

PEMBIMBING II

**Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I**  
NIP. 199104172019032007



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ya
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dan i
و° .....	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يْ...اْ...اْ...اْ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
يِ...يِ...	<i>Kasrah</i> dan ya	ī	i dan garis di bawah
يُ...يُ...	<i>Dommah</i> dan wau	ū	u dan garis di atas

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup, yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati, yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. Syaddah (*Tasydid*)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

**c. *Hamzah***

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

**d. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

**e. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat.

Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

**Nama : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis**

**NIM 18 301 00008**

**Judul Skripsi : “Strategi *Positioning* RAU FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Padangsidempuan”**

### **ABSTRAK**

Radio RAU FM merupakan Radio yang sudah lama berdiri dan berkompetisi untuk menjadi radio yang paling unggul di Kota Padangsidempuan. Radio ini menyajikan program-program yang unik dan menarik sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

Jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif serta menggunakan teori eksistensi yaitu teori ekologi media oleh Mc Luhan.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh RAU FM adalah sebagai berikut; strategi merancang kegiatan dan program. Strategi kedua, bekerjasama dengan instansi. Ketiga, strategi dengan teknologi. Keempat, strategi promosi program baru. dan Kelima, strategi kesesuaian genre.

*Kata kunci : radio, strategi positioning, segmentasi*

**Name : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis**

**NIM 18 301 00008**

**Thesis Title : “RAU FM positioning strategy in maintaining existence in the city of padangsidempuan”**

### **ABSTRAC**

*The background of this research problem is that RAU FM Radio is a radio that has been around for a long time and competes to be the most superior radio in Padangsidempuan City. This radio presents unique and interesting programs as an effort to maintain its existence.*

*Based on the background of the problem above, The formulation of the research problem is how the positioning strategy of RAU FM in maintaining its existence in Padangsidempuan city. The purpose of this study was to find out what are the positioning strategies of RAU FM in maintaining its existence in Padangsidempuan city.*

*This type of research is a type of field research. This study uses a descriptive approach and uses the theory of existence, namely the theory of media ecology by McLuhan.*

*The results of this study indicate that the strategy used by RAU FM is as follows : the first is the strategy of designing activities and programs. Second, cooperate with agencies. Third, strategy with technology. Fourth, the new program promotion strategy. Fifth, the genre suitability strategy.*

*Keywords : radio, positioning strategy, segmentation*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw yang telah menuntun umatnya kejalan yang benar.

Skripsi yang berjudul "**Strategi *Positioning* RAU FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Padangsidempuan**" ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Peneliti sadar betul penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari sempurna, serta banyak hambatan yang dihadapi diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan,



Bapak Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Barkah Hadamean Harahap, M.I.Kom. selaku ketua Program Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Ibu Nurfitriani M. Siregar M.Kom. I selaku Sekretaris Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Ibu Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos, MA selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Nurfitriani M. Siregar M.Kom.I selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Sukerman, S.Ag selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Bapak Yusri Fahmi, S.A.g, M.Hum., selaku kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
7. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
8. Bapak T. Faisal Laksamana, S.E, M.H. selaku direktur PT. Radio Adi Utama Laksamana FM (105,5 RAU FM) dan seluruh staf di radio RAU FM Padangsidempuan yang telah membantu penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

9. Ungkapan terimakasih yang paling Istimewa kepada Ayahanda (Zulham Lubis) dan Ibunda (Asmila Dalimunthe) tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta memberikan motivasi, wejbangannya serta berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi.
10. Ungkapan terimakasih teruntuk ketiga adik saya tercinta, yang bernama Muhammad Zulmi Aminullah Lubis, Asyuura Zulmi Alaika Lubis, Humaira Zulmi Salsabila Lubis yang telah mendukung, menyemangati, serta berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi.
11. Ungkapan terimakasih kepada keluarga tercinta (tulang, bunda, sepupu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu) yang telah mendukung, menyemangati, dan berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat tercinta terutama Siti Aisyah, Wannisyah Hasibuan, serta Mahasiswa/I KPI Nim 18 KPI MARGIRI-GIRI (bg Ardi, kiki, seri, darty, sopi, dll.) yang tidak bisa disebutkan satu persatu semoga Allah memberikan balasan yang baik kepada mereka yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Kepada Rekan-rekan seperjuangan sepembimbing yang bernama Robiatin, dan Danisah telah memberikan dukungan serta semangatnya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Kepada sahabat virtual tercinta terutama ratna, asya, treas, vika, kak lia dan masih banyak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, dukungan, serta motivasinya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis. AMIN YAA ROBBAL 'ALAMIN.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri penulis. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 27 Desember 2022  
Penulis

**Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis**  
**NIM. 18 301 00008**

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SURAT PERNYATAAN MENULIS SKRIPSI SENDIRI**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI**

**PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI ..... i**

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Batasan Istilah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Sistematika Pembahasan.....	11

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Kajian Teoritis.....	13
1. Teori Niche (Ekologi Media) .....	13
2. Eksistensi.....	16
B. Landasan Konseptual .....	17
1. Ruang Lingkup Strategi .....	18

2. Positioning .....	20
3. Komunikasi.....	25
4. Komunikasi Massa dan Media Massa.....	26
5. Ruang Lingkup Tentang Radio.....	27
C. Penelitian Terdahulu.....	29

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan waktu Penelitian .....	32
B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian .....	35
1. Jenis Penelitian .....	35
2. Pendekatan Penelitian.....	35
C. Informan Penelitian .....	36
D. Sumber Data.....	36
E. Pengumpulan Data .....	37
F. Teknik Analisis Data .....	39
G. Teknik Keabsahan Data.....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

<b>A. Deskripsi Hasil Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>1. Temuan Umum</b>	
a. Sejarah Berdirinya RAU FM Padangsidimpuan.....	43
b. Letak Geografis.....	44
c. Visi Misi RAU FM Padangsidimpuan .....	45
d. Segmentasi Pendengar RAU FM Padangsidimpuan.....	45
e. Struktur Kepengurusan RAU FM Padangsidimpuan .....	46
f. Sarana dan Prasarana RAU FM Padangsidimpuan.....	46
g. Program Acara Siaran RAU FM.....	48
<b>2. Temuan Khusus</b>	
a. Strategi Positioning RAU FM dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Padangsidimpuan .....	51
1) Strategi Merancang Kegiatan .....	52

2) Strategi Bekerjasama dengan Instansi .....	53
3) Strategi dengan Teknologi .....	54
4) Strategi Promosi Program Baru.....	56
5) Strategi Kesesuaian.....	56
<b>3. Analisis Pembahasan .....</b>	<b>58</b>

## **BAB V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>61</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>62</b>

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **PEDOMAN OBSERVASI**

## **PEDOMAN WAWANCARA**

## **PEDOMAN DOKUMENTASI**

## **RENCANA PENELITIAN**

## **DOKUMENTASI**



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Di era informasi saat ini sudah banyak media massa yang semakin berkembang menghantarkan segala kemudahan bagi anak bangsa. Sekarang untuk mengakses informasi untuk kebutuhan sehari-hari seperti : berita, hiburan, bahkan berdakwah atau ilmu agama pun dapat mudah diterima melalui televisi, radio dan internet. Semakin mudahnya akses informasi yang di dapat dari berbagai sumber tak jarang menimbulkan persaingan antar media untuk menarik konsumen agar mendapatkan keuntungan untuk media tersebut. Untuk penyebarluasan informasi, dibutuhkan strategi yang tepat sesuai dengan tujuan yang akan dimaksud.

Strategi yang dimaksud tersebut pada hakikatnya adalah proses penentuan rencana para pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>1</sup> atau, tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan tidak lepas dari adanya strategi.

---

<sup>1</sup>Apri Wige Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 39.



*Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran, atau strategi *positioning* ini lebih seperti strategi bisnis, yang bertujuan untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan.<sup>2</sup>

Setiap stasiun radio berkompetisi untuk menjadi radio yang paling unggul dengan menyajikan program-program yang unik dan menarik serta berupaya untuk menarik perhatian para pendengar seperti mengadakan *quiz*, *give away* saat siaran langsung melalui sosial media. Seiring berkembangnya stasiun radio di Kota Padangsidempuan, ada beberapa radio yang berubah bentuk dengan melakukan banyak cara. Seperti perubahan *jingle*, perubahan program, perubahan *segmen*, perbanyak program pada *list roundup* acara di radio, yang bertujuan agar radio tersebut dapat mengikuti perkembangan pendengarnya, sesuai dengan usia, kebutuhan akan adanya informasi, motivasi, dan jenis hiburan yang akan disajikan.

Stasiun radio RAU 105,5 FM merupakan stasiun radio swasta milik PT Radio Adi Utama Laksamana. Stasiun radio ini berdiri pada tanggal 28 desember 1994 di Kota Padangsidempuan Sumatera Utara. RAU FM merupakan salah satu media elektronik yang sudah mengaplikasikan kemajuan teknologi demi sebuah siaran yang berkualitas. Radio ini bukan hanya mengusung segmentasi radio dikalangan anak muda saja, tetapi segmentasi radio ini mendukung dengan semua kalangan seperti bapak-bapak, ibu-ibu, serta anak-anak. Dengan *line up* penyiar

---

<sup>2</sup>Heriyadi, "Strategi Positoning Dalam Persaingan Bisnis", dalam *Jurnal AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, Vol. 03, No. 03, Tahun 2018, hlm. 263. <https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/10529/8712> diakses pada tanggal 12 desember 2022 Pukul 09.25 WIB.

yang sudah tidak asing lagi seperti Rj Una, Sri, Dayat, dan lain-lain. Munculnya radio baru memperbanyak daftar radio swasta di Kota Padangsidimpuan dengan segmentasi para kalangan dimana setelahnya sudah ada radio KIIS FM, SAHABAT FM. Dari berbagai perusahaan radio yang ada di Kota Padangsidimpuan, menjadikan perusahaan radio mempunyai ciri khas masing-masing di setiap perusahaan radio walaupun perbedaannya tidak terlalu signifikan. Perbedaan tersebut terlihat dalam bentuk *jingle*, program, dan cara menyapa pendengar dan lain sebagainya.

Radio KIIS FM merupakan radio swasta milik PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara. Stasiun radio ini berdiri pada tahun 2008 di Kota Padangsidimpuan Sumatera Utara. Sedangkan radio SAHABAT FM merupakan radio yang baru berdiri pada tahun 2020. Persaingan yang ketat antar radio dalam merebut perhatian pendengar membuat setiap penyedia jasa siaran radio selalu berlomba dalam menghadapi persaingan yang kian kompleks. Persaingan radio bukan saja dengan radio lainnya. Maka dengan lahirnya radio baru-baru ini akan memunculkan persaingan tersendiri untuk merebut perhatian pendengar radio di Kota Padangsidimpuan.

Hal tersebut mengharuskan perusahaan-perusahaan radio khususnya di Kota Padangsidimpuan berbenah dan mempertahankan strategi dan segala aspek jika tidak ingin kalah dalam bersaing. Strategi yang dilakukan tidak cukup jika hanya jika hanya memperbaiki kualitasnya saja. Hal yang menjadi perhatian ditengah persaingan sekarang adalah perlu adanya eksistensi yang positif dari para pendengar.

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan eksistensi radio harus sesuai dengan apa yang dilihat dan diamati penyiar radio dengan kebutuhan masyarakat agar tetap tertarik dengan radio tersebut. Seperti mengamati kompetitor sehingga mampu menciptakan perbedaan dengan radio lainnya, sehingga radio tersebut mampu mencuri perhatian masyarakat.

Eksistensi radio RAU FM menjadi tantangan tersendiri ditengah gemerlap radio serupa yang terus menawarkan program-program menarik untuk pendengar. Pendengar yang labil akan lebih mencari yang baik dan enak didengar. RAU FM merupakan salah satu radio segmentasi semua kalangan tertentu memiliki strategi *positioning* (posisi) dalam menarik minat pendengar agar tidak beralih saran. Strategi sangat dibutuhkan dalam menarik para pendengar, baik dari penyiar, maupun program acara.

Sebagai stasiun radio yang tertua di Kota Padangsidempuan, tentunya tidak mudah bagi RAU FM untuk mempertahankan nama mereka di semua kalangan karena mengingat sudah banyaknya radio swasta yang bersegmentasi para semua kalangan di Kota Padangsidempuan. Sulit bagi RAU FM untuk mempopulerkan kembali apa yang telah mereka rintis dari zaman dahulu, dan apalagi dizaman sekarang radio sudah agak tergeser peminatnya dikarenakan telah banyak berkembangnya teknologi yang mampu mengalihkan perhatian masyarakat. Dan dalam menyikapi hal seperti ini, pihak RAU fm menyiapkan hal terbaru yang mempermudah masyarakat dalam kota maupun luar kota untuk mempermudah dalam mengakses siaran radio yaitu membuat aplikasi RAU FM, dalam aplikasi ini pendengar bisa mendengarkan RAU fm secara langsung tanpa memakai

*headset*. Dan pendengar juga bisa melihat foto-foto penyiar, berita-berita terbaru dan terdengar saat ini, deretan tangga lagu versi RAU FM, info lokal dan masih banyak lagi. Apabila pendengar tidak mempunyai aplikasi RAU, pihak RAU FM menyiapkan link yang dapat mempermudah pendengar dalam mendengarkan siaran radio adapun *link* nya [www.raufm.com](http://www.raufm.com) , dalam *link* ini pendengar bisa mendengarkan siaran radio RAU FM tanpa memakai *headset*.

Dalam mempertahankan eksistensinya, RAU FM menyiapkan program yang menarik perhatian masyarakat seperti, pada setiap hari Jum'at Radio RAU FM ini memiliki sebuah program baruyaitu "Jum'at Berkah". Program Jum'at Berkah yang berdiri pada tahun 2018 ini terdiri dari dua sesi yang pertama pagi dan siang. Pada pagi hari, para penyiar RAU FM setiap hari Jum'at memberikan nasi siap saji kepada orang yang kurang mampu seperti (tukang becak, penyapu jalanan, dan tukang membersihkan sampah). Dan siang harinya setelah Shalat Jum'at para penyiar RAU FM memberikan sembako kepada bapak-bapak yang melaksanakan Jum'at di Masjid yang ada di Kota Padangsidempuan.

Pada setiap malam Senin Radio RAU FM ini memiliki program yang seru yaitu "RAU *with night us*". Program RAU *with night us* adalah program sesi curhat yang dimana para pendengar apalagi pada zaman sekarang para anak milenial bisa mengeluarkan keluh kesahnya kepada penyiar RAU FM dan tentunya penyiar RAU FM memberikan solusi kepada pendengar yang telah curhat. Melalui sosial media baik itu dari *Facebook*, *Twitter*, *DM Instagram*, ataupun melalui sms dan telpon.

Pada setiap malam Rabu RAU FM juga memiliki program yang tak kalah menarik dan menghibur, yaitu “RAU horas marbalas pantun” program RAU *marbalas pantun* adalah program berbalas pantun yang terdiri dari 3 bintang tamu RAU FM serta 1 orang penyiar RAU FM yang pandai pantun berbahasa batak yang dimana acara ini mengandung edukasi serta menghibur para pendengar.

Bagi mahasiswa yang kurang tahu tentang informasi lokal di Kota Padangsidempuan, pihak RAU FM memberikan program yang menarik, program ini telah bekerjasama dengan kampus Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yaitu “GALAKSI (Gali Informasi Ala Anak KPI)” program GALAKSI ini adalah program yang menyajikan informasi lokal yang ada di tabagsel dan sekitarnya, seperti informasi tentang sejarah, kuliner, tokoh, serta adat istiadat.

Dalam perkembangan mempertahankan eksistensinya di Kota Padangsidempuan, pendapat masyarakat mengenai RAU FM, yang dahulunya mereka tidak mempunyai hal-hal yang mampu menarik minat pendengar seperti tidak memberikan hadiah ataupun kuis-kuis. Untuk merubah hal tersebut, Pihak RAU FM ingin mempertahankan citra mereka yang hilang seperti penyiar RAU FM setiap minggunya membagikan *give away*, brosur, stiker, gelas, gantungan kunci, radio ataupun kuisisioner yang tertulis kepada masyarakat Kota Padangsidempuan dengan tujuan mereka ingin tahu seberapa banyak pendengar memberikan kritik dan saran serta masukan yang harus mereka perbaiki kedepannya agar radio RAU FM menjadi radio yang paling maju dan memberikan aura yang positif di Kota Padangsidempuan, dan penyiar RAU FM memberikan

program-program yang terbaru, dan menarik dengan tujuan mempertahankan eksistensinya dan mengalihkan perhatian masyarakat di Kota Padangsidempuan.

RAU FM juga memiliki pendengar setia terutama di kalangan ibu-ibu. Butuh sebuah konsep baru, program baru, dan strategi baru yang berbeda dan unik sehingga apa yang disajikan RAU FM mampu memukau dan mengembalikan perhatian para pendengar yang selama ini hampir hilang. Permasalahan dalam proses mempertahankan eksistensi inilah yang membuat penulis sangat tertarik untuk meneliti bagaimana strategi, ideasi, perencanaan, hingga *positioning* yang diterapkan dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan. persaingan untuk merebut kembali perhatian pendengar juga menjadi target utama agar RAU FM dapat mengembalikan eksistensinya pada radio-radio yang ada di Kota Padangsidempuan. dan juga persaingan dalam proses mengembalikan pembentukan eksistensi yang mana menjadi tantangan bagi sebuah radio tertua di Kota Padangsidempuan. hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana proses terbentuknya radio ini sampai akhirnya radio ini mengudara di Kota Padangsidempuan.

berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, penulis tertarik meneliti tentang **“STRATEGI *POSITIONING* RAU FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

### C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pengertian terhadap penulisan skripsi, penting adanya penegasan istilah yang berkaitan dengan judul skripsi tersebut. Adapun istilah-istilah yang penulis tegaskan pengertiannya adalah sebagai berikut.

#### 1. Strategi

Strategi adalah suatu cara menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan kata lain strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dapat diartian pula sebagai suatu garis-garis haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan.<sup>3</sup>

Sebagaimana dikutip Sersa Budio, pengertian strategi menurut Hamel dan Prahalad sebagai pakar strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 2.

<sup>4</sup> Sersa Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", dalam *jurnal Menata*, Volume 2, No.2, Juli-Desember 2019, hlm. 59. <https://123dok.com/document/q27vk5ry-jurnal-menata-volume->

Dalam konteks ini yang dimaksud dengan strategi adalah sebuah cara pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

## 2. *Positioning*

*Positioning* adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen agar produk, merek, nama atau bisnis yang dibuat mengandung arti tertentu. *Positioning* juga mencerminkan keunggulan terhadap produk, merek, nama atau bisnis dalam bentuk hubungan asosiatif (berhubungan satu dengan yang lain) dan salah satu strategi komunikasi yang bersifat dinamis dan berhubungan dengan *event marketing* dan atribut-atribut produk.<sup>5</sup> Atau bisa juga dikatakan *Positioning* adalah tindakan suatu instansi untuk memproduksi dengan sesuatu dengan kreatif agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.

## 3. Eksistensi

Eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini merupakan sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur dan kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya. atau dikenal juga dengan keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atau atas atau tidaknya seseorang. Eksistensi ini perlu diberikan orang lain, karena dengan

---

[desember-strategi-manajemen-sekolah-sesra.html](https://www.sesra.com/2012/12/desember-strategi-manajemen-sekolah-sesra.html) diakses pada tanggal 12 Desember pukul 12.25 WIB.

<sup>5</sup>Titik Wijayanti, *Wawasan Kebangsaan Marketing! Politik Identitas! Personal Branding*, (Yogyakarta: Alinea Baru, 2021), hlm. 13.



adanya respon dari orang disekeliling membuktikan bahwa keberadaan seseorang itu diakui.<sup>6</sup>

Adapun yang dimaksud dengan strategi *positioning* dalam penelitian ini adalah strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di kota padangsidimpuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apa saja bentuk-bentuk strategi *positioning* yang dilakukan pihak RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Aspek Teori
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi para peneliti khususnya di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
  - b. Hasil penelitian ini untuk menambah khazanah kajian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya tentang strategi *positioning*.
  - c. Dapat menambah referensi mengenai strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan dan memberikan sumbangan pemikiran kepada yang ingin melakukan penelitian serupa.

---

<sup>6</sup> Venessa Agusta Gogali, Muhammad Tsabit, "Eksistensi Radio Dalam Program Podcast di Era Digital Konten", dalam *Jurnal Global Komunikasi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 1, Tahun, 2020, hlm. 68-69. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1713/0> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 12.40 WIB.

## 2. Aspek Praktis

- a. Penelitian ini sebagai bahan informasi bagi khalayak.
- b. Penelitian ini sebagai bahan masukan kepada pihak manajemen RAU FM.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi para pembaca khususnya dalam bidang strategi, dan positioning.

## G. Sistematika Pembahasan

### Bab I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang pokok-pokok yang tertuang pada pembahasan skripsi ini yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, manfaat penelitian, sistematika pembahasan. Untuk memberikan secara garis besar mengenai pembahasan yang akan diuraikan.

### Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tentang kajian teoritis tentang, eksistensi, ruang lingkup strategi, komunikasi, komunikasi massa dan media massa, *positioning*, dan ruang lingkup radio.

### Bab III Metodologi Penelitian

Menguraikan tentang metodologi penelitian pada penulisan skripsi ini, lokasi penelitian dan waktu penelitian, jenis, dan metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, teknik menjamin keabsahan data.

### Bab IV Gambaran Umum

Membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi hasil penelitian, temuan umum, dan temuan khusus tentang strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan.

## Bab V Penutup

Merupakan tahap akhir dari penulisan skripsi ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran mulai dari tahap awal hingga tahap akhir penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. Teori *Niche* (Ekologi Media)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *niche*, teori ini muncul dari disiplin ekologi. Ekologi merupakan konsep sentral penelitian tentang kompetisi antar industri dengan media. Ekologi berkenaan dengan hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungan sekitarnya, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya setiap makhluk hidup memerlukan sumber penunjang yang ada di alam sekitarnya. Bila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan itu sama dan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi perebutan atau persaingan.<sup>7</sup>

Teori *niche* sebenarnya bukanlah teori yang baru. Teori ini sudah dikembangkan sejak tahun 1960-an oleh para ahli ekologi seperti S.A Levins, R. Levins, Ricklefs E.R. Pianka, R. H. Whittaker dan McLuhan. *Niche* dapat diartikan sebagai “*ceruk*”, “*relung*”, atau “*ruang kehidupan*”. Fokus pembahasannya adalah mengenai proses, ciri-ciri, hubungan dan interaksi antara populasi dalam upaya mempertahankan kehidupannya.<sup>8</sup>

Kompetisi media dapat digambarkan seperti makhluk-makhluk hidup yang harus mempertahankan hidupnya dalam suatu lingkungan (pasar). Bagaimana ia

---

<sup>7</sup> Rachmat Kriyantono, *Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 274.

<sup>8</sup> Andi Mirza Ronda, *Metode Riset Komunikasi*, (Tangerang : Indigo Media, 2020), hlm.

bertahan dan bagaimana makhluk media tersebut mampu mencari, mendapatkan dan merebut sumber makanan yang tersedia dalam lingkungan tersebut.

Analogi diatas dapat digambarkan bahwa pada media sejenis dapat diklasifikasikan sebagai suatu populasi, dan dengan demikian terdapat beberapa populasi yaitu populasi televisi, film, radio, media cetak, dan sebagainya. Kompetisi terjadi setidaknya pada dua level, yaitu kompetisi antar populasi media dan kompetisi antara anggota populasi tersebut.<sup>9</sup>

Teori ekologi media (*Niche Theory*) ini berangkat dari tiga asumsi dasar. Asumsi yang pertama, adalah media melingkupi setiap tindakan didalam masyarakat. Media tidak dilihat dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar, televisi, radio, film dan internet. Asumsi yang kedua, adalah media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. Ekologi melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. Asumsi yang ketiga, adalah media menyatukan seluruh dunia. Setiap peristiwa atau hal yang dilakukan dibelahan dunia lain, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Akibat dari hal tersebut, manusia kemudian hidup disebuah desa global (*global village*). Media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Andi Thamrin, "Eksistensi LPP RRI Mataram Berdasarkan Teori Niche", dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 10, No.2 Desember 2019, hlm. 165. <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/download/5217/2664> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 12.55 WIB.

<sup>10</sup> Mc Luhan, *Studying Media as Media : The Media Ecology Approach* , dalam *Jurnal Media Tropes*, Vol. 1, Tahun 2008, hlm. 134-142. [https://www.researchgate.net/publication/265024673\\_Studying\\_Media\\_as\\_McLuhan\\_and\\_the\\_Media\\_Ecology\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/265024673_Studying_Media_as_Media_McLuhan_and_the_Media_Ecology_Approach) diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 13.00 WIB.

Menurut Mc Luhan adapun faktor *niche/* ekologi media adalah sebagai berikut:

1. Daerah/ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh suatu makhluk, yang disebut sebagai *niche breath*.<sup>11</sup> *Niche breath* menunjukkan bahwa hubungan antara suatu populasi dengan sumber penunjang kehidupannya dalam suatu lingkungan dapat dipolarisasikan menjadi dua yaitu, jika terdapat ketergantungan yang tinggi terhadap satu jenis sumber penunjang hidup, maka makhluk tersebut disebut sebagai spesialis. Sebaliknya jika sumber penunjang kehidupannya beragam jenis disebut sebagai generalis.

2. Penggunaan sumber penunjang Kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua atau lebih makhluk hidup, sehingga terjadi ketumpangtindihan, yang disebut *niche overlap*.<sup>12</sup> *Niche overlap* menunjukkan derajat ketumpangtindihan-ketergantungan populasi terhadap sumber penunjang hidupnya, yaitu tentang bagaimana makhluk tersebut memiliki kesamaan antara satu dengan lainnya terhadap penunjang hidup tersebut.

Teori ini dapat digunakan untuk riset tingkat kompetisi antara media massa, baik surat kabar, radio ataupun televisi. Teori ini juga dapat digunakan untuk mengukur persaingan antar program PR beberapa perusahaan. Selanjutnya, kompetensi antar industri media adalah kompetensi untuk memperebutkan sumber penunjang kehidupan. Adapun sumber penunjang kehidupan itu adalah:

---

<sup>11</sup> Andi Thamrin, "Eksistensi LPP RRI Mataram Berdasarkan Teori Niche", dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 10, No.2 Desember 2019, hlm. 165-167. <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/download/5217/2664> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 12.55 WIB.

<sup>12</sup> Rachmat Kriyantono, *Teori Public Relation Presfektif Barat & Lokal (Aplikasi Penelitian dan Praktik)*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 49.

- a. Pertama, *capital* yang meliputi struktur permodalan dan pemasukan iklan.
- b. Kedua, *types of content*, yang menunjukkan aspek program atau jenis isi media. Faktor konten merupakan deskripsi isi dari media yang bersangkutan.
- c. Ketiga, *types of audience*, yang menunjukkan jenis pendengar sasaran atau target audien. Faktor audien pada dasarnya dapat dilihat melalui dua yaitu dari asumsi media yang bersangkutan atau penelitian khusus mengetahui profil pendengar dan kebutuhan konsumsi media mereka sekaligus sumber makanan bagi media agar dapat *survive* dan mengembangkan dirinya dalam situasi kompetisi yang ketat.<sup>13</sup>

## 2. Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *eksistence* yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Andi Thamrin “Eksistensi LPP RRI Mataram Berdasarkan Teori Niche”, dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 10, No.2 Desember 2019, hlm. 166. <https://syekhnujati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/download/5217/2664> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 12.55 WIB.

<sup>14</sup> Tresna Yumiana Rahayu, Kartini Ros malah Dewi Katili, “Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya”, dalam *Jurnal Makna*, Vol. 4, No.1, Maret 2019, hlm.144. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/1677> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 13.50 WIB.

## **B. Landasan Konseptual**

### **1. Ruang Lingkup Strategi**

#### **a. Pengertian Strategi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*Strategos*" yang berasal dari "*Stratus*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang.<sup>15</sup> Strategi juga bisa dikatakan langkah-langkah yang sistematis dan sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" sementara itu, secara konsep strategi dapat difahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai suatu sasaran dalam tujuan. Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/fikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.<sup>16</sup>

Dalam Islam strategi sebagai sebuah cara atau taktik untuk mencapai tujuan bukan merupakan hal baru, banyak sekali al-Qur'an yang dapat dijadikan dasar strategi. Sebagaimana dinyatakan dalam surah An-Nahl ayat 125:

---

<sup>15</sup> Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hlm 1-2.

<sup>16</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 61.



أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan kebijaksanaan dan pengajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia lebih mengetahui siapa yang sesuai di jalannya, dan Dialah yang lebih tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125)

Adapun maksud surah An- Nahl diatas menjelaskan tiga macam metode dakwah yang harus disesuaikan dengan sasaran dakwah. Terhadap cendikiawan yang memiliki intelektual tinggi diperintahkan menyampaikan dakwah dengan *hikmah*, yakni berdialog dengan kata-kata bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka. Terhadap kaum awam diperintahkan untuk menerapkan *mau'izah*, yakni memberikan nasihat dan perumpamaan yang menyentuh jiwa sesuai dengan taraf pengetahuan mereka yang sederhana. Sedangkan terhadap *Ahl al-kitab* dan penganut agama-agama lain yang diperintahkan menggunakan *jidal ahsan*/ perdebatan dengan cara yang terbaik, yaitu dengan logika dan retorika yang halus, lepas dari kekerasan dan umpatan.<sup>17</sup>

Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan kata lain strategi pembelajaran dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Strategi dapat diartikan sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang telah dilakukan.<sup>18</sup>

Berdasarkan defenisi strategi yang diatas, maka dapat disimpulkan strategi adalah proses berbagai rencana untuk mencapai suatu program kegiatan perusahaan atau organisasi dalam melakukan perencanaan sehingga bisa mencapai

<sup>17</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan, dan Kerahasiaan al- Qur'an)*, (Jakarta: Lentera Hati, 2011), hlm. 774.

<sup>18</sup>Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 2.

suatu tujuan itu sendiri. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi harus digunakan oleh semua perusahaan atau organisasi dan bahkan individu dalam mencapai suatu tujuan, karena dengan adanya strategi yang telah direncanakan dapat bahkan sangat mudah untuk mencapai sasaran dan tujuan yang akan direncanakan.

#### **b. Tahapan Strategi Radio**

Tahapan strategi merupakan proses untuk membangun visi dan misi radio, merancang strategi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Didalam sebuah strategi, diperlukan adanya tahapan strategi. Tahapan-tahapan strategi terdiri dari 4 tahapan, yakni:

##### 1) Tahap Formulasi Strategi

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, dan tujuan perusahaan serta merumuskan strategi yang sesuai dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan. mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.

##### 2) Tahap Implementasi Strategi

Implementasi strategi masyarakat dan organisasi untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan.

### 3) Tahap Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahapan final dalam manajemen strategi. Pimpinan sangat ingin mengetahui kapan dan mengapa strategi tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan dalam suatu organisasi. Evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi terkait implementasi strategi.<sup>19</sup>

#### c. Pembentuk Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Strategi juga merupakan arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya. Pengertian strategi juga sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.<sup>20</sup>

## 2. Positioning

Dalam persaingan antar media-media yang semakin ketat, citra produk atau program yang dihasilkan oleh lembaga penyiaran radio menjadi berbeda dengan media lain merupakan hal yang penting. Konsumen radio cenderung membandingkan antara program radio yang satu dengan radio lainnya. Gagasan dasarnya adalah konsumen secara sadar atau tidak akan membuat semacam jenjang prioritas mengenai suatu program radio dari berbagai segi, seperti kualitas program yang diberikan, dibandingkan dengan lembaga penyiaran radio lainnya.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Adie Erar Yusuf dan Karantiano Sadasa Putra, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Diklat*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka (UT), 2019), hlm. 126-130.

<sup>20</sup> Emilsyah Nur, Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Makassar dalam Sosialisasi Program Makassar Tidak Rantasa, dalam *Jurnal Pekommas*, Vol. 3, No. 1, April 2018, hlm. 106. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2030110> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 13.05 WIB.

*Positioning* mengacu pada tempat yang ditempati merek di benak pelanggan dan bagaimana merek itu dibedakan dari produk pesaing dan berbeda dari konsep kesadaran merek. Untuk memposisikan produk atau merek, perusahaan dapat menekankan *fitur* pembeda merek mereka atau mereka mungkin mencoba untuk menciptakan citra yang sesuai melalui bauran pemasaran. Begitu sebuah merek telah mencapai posisi yang kuat, akan sulit untuk memposisikannya kembali.<sup>22</sup>

Islam juga menganjurkan pentingnya *Positioning*, banyak sekali disebutkan dalam al-Qur'an. Dalam al-Qur'an banyak sekali perintah dan anjuran untuk berikhtiar membangun posisi menjadi manusia yang bertaqwa, beriman, bersabar, dan lain-lain. Perintah tersebut menunjukkan betapa pentingnya *Positioning*, membangun identitas di hadapan Allah SWT. Sebagaimana dinyatakan dalam surah ali- Imran ayat 200:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bersabarlah kalian dan kuatkanlah kesabaran kalian dan tetaplah bersiap siaga (di perbatasan negeri kalian) dan bertaqwalah kepada Allah supaya kalian beruntung.” (QS. Ali’ Imran: 200)

Adapun maksud surah Ali’Imran diatas Bahwa mengajak orang-orang beriman untuk tabah dan sabar menghadapi aneka kesulitan. Bahkan meningkatkan kesabaran dan bernafas panjang, untuk mengatasi ketabahan dan kesabaran lawan serta selalu siap siaga menghadapi tantangan apapun yang dapat muncul. Kemudian untuk memberi bimbingan kebajikan lainnya yang belum

---

<sup>22</sup> Juli Meliza, *Manajemen Pemasaran dan Strateginya*, (NTB : Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022), hlm. 38.

disebut, ayat 200 ini memerintahkan orang beriman untuk bertaqwa, yakni memelihara dan meningkatkan amal kebajikan mereka dengan melaksanakan perintah Allah SWT. dan menjauhi larangan-Nya karena itulah jalan meraih apa yang diharapkan.<sup>23</sup>

*Positioning* adalah salah satu konsep pemasaran yang paling kuat. Awalnya, pemosisian berfokus pada produk dan termasuk membangun reputasi produk dan peringkat di antara produk pesaing. Schaefer dan Khuelwein memperluas konsep di luar aspek material dan rasional untuk memasukkan makna yang dibawa oleh misi atau mitos merek. Terutama *positioning* adalah tentang tempat yang ditempati merek di benak audiens targetnya. *Positioning* sekarang menjadi kegiatan atau strategi pemasaran regular. Strategi penentuan posisi nasional sering dapat digunakan, atau sedikit dimodifikasi, sebagai alat untuk mengakomodasi masuk ke pasar luar negeri.

Asal usul konsep *positioning* para ahli berpendapat bahwa *positioning* muncul dari industri periklanan yang berkembang pada periode setelah perang dunia I, hanya untuk dikodifikasi dan dipopulerkan pada tahun 1950 dan 1960-an. Konsep penentuan posisi menjadi sangat berpengaruh dan terus berkembang dengan cara yang memastikannya tetap terkini dan relevan bagi para pemasar yang berlatih. *Positioning* erat kaitannya dengan konsep nilai yang dirasakan. Dalam pemasaran, nilai didefenisikan sebagai perbedaan antara evaluasi calon pelanggan tentang manfaat dan biaya dari suatu produk bila dibandingkan dengan

---

<sup>23</sup>M. Quraish Shihab, *AL-LUBAB (Makna, Tujuan, dan Pelajaran dari Surah-Surah Al-Qur'an)*, (Tangerang: Lentera Hati, 2012.), hlm. 161.

yang lain. Nilai dapat dinyatakan dalam berbagai bentuk termasuk manfaat produk, fitur, gaya, nilai uang.<sup>24</sup>

*Positioning* juga suatu strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan didalam otaknya, didalam alam khalayak, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu.<sup>25</sup>

*Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapat tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran. Tujuan dari *positioning* adalah untuk menempatkan merk dalam pikiran konsumen guna memaksimalkan manfaat potensial bagi perusahaan. Strategi *positioning* lebih seperti strategi bisnis, dan tujuannya adalah untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Strategi ini terdiri dari semua pergerakan dan pendekatan yang diambil oleh perusahaan untuk menarik pembeli, menahan tekanan persaingan, dan memperbaiki posisinya dipasar.<sup>26</sup>

Strategi *positioning* menekankan pada salah satu aspek dan merek yang akan disampaikan melalui iklan. Gagasan strategi *positioning* adalah menciptakan suatu gambaran yang jelas mengenai apa dan bagaimana produk kita akan dipresepsikan oleh khalayak. *Positioning* diperlukan terutama agar konsumen dapat membedakan secara tegas merek produk kita dengan pesaing. *Positioning* yang jelas sangat diperlukan untuk mengembangkan desain pesan iklan dan

---

<sup>24</sup> Juli Meliza, *Manajemen Pemasaran dan Strateginya*, (NTB : Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022), Hlm. 38-39.

<sup>25</sup> Geofakta Razali, Evawani Elysa Lubis, “Strategi Positioning Radio Mandiri 98,3 FM Sebagai Radio News and Business Pekanbaru”, dalam *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 3, September 2017, hlm. 268. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/3104> diakses pada tanggal 13 Desember 2022 pukul 09.50 WIB.

<sup>26</sup> Heriyadi, “Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis”, dalam *Jurnal AJIE (Asian Journal of Innovation and Enterpreneurship)*, Vol. 03, Nno.03, September 2018, hlm. 263. <https://journal.uji.ac.id/ajie/article/view/10529/8712> diakses pada tanggal 13 Desember 2022 pukul 10.00 WIB.

implementasinya dalam pembuatan materi iklan. Menurut Bambang Prasetyo, dkk. Terdapat sejumlah bentuk *positioning* yang dapat dikembangkan dalam pesan iklan. Penentuan bentuk *positioning* dapat dilakukan dalam atribut produk, persaingan, manfaat produk, jenis konsumen atau kelas produk.<sup>27</sup>

Sebagaimana dikutip Bambang Prasetyo, Adapun jenis-jenis strategi *positioning* adalah sebagai berikut:

1. *Positioning* berdasarkan perbedaan produk adalah seorang marketer dapat menunjukkan kepada pasarnya dimana letak perbedaan pada produknya terhadap pesaing.
2. *Positioning* berdasarkan manfaat produk adalah Manfaat produk dapat ditonjolkan sebagai *positioning* sepanjang dianggap penting oleh konsumen. Manfaat dapat bersifat ekonomis (murah, wajar, sesuai dengan kualitasnya). Fisik (tahan lama, bagus, enak dilihat) atau emosional (berhubungan *self-image*).
3. *Positioning* berdasarkan kategori produk adalah Jenis *positioning* ini biasanya digunakan oleh produk-produk baru yang muncul pada kategori produk tertentu. Kategori produk termasuk cara yang banyak dipilih untuk membuat *positioning*. Kategori bentuk yang khas digunakan sebagai pembeda dari merek lain.<sup>28</sup>
4. *Positioning* berdasarkan harga dan kualitas adalah *Positioning* jenis ini menggunakan perbedaan (keunggulan) dari segi harga dibandingkan merek lain. Strategi ini banyak digunakan oleh perusahaan.
5. *Positioning* berdasarkan kategori penggunaan produk adalah Strategi *positioning* jenis ini mencoba mengaitkan merek produk dengan kelompok pengguna (konsumennya). Untuk itu, perlu dipilih segmen khalayak tertentu yang dianggap potensial untuk dikomunikasikan secara intensif sebagai kelompok pengguna merek tersebut.
6. *Positioning* berdasarkan simbol budaya adalah digunakan sebagai strategi *positioning*, terutama jika tidak ada karakteristik khas dari produk, segmen pasar atau aspek pemasaran lainnya.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Tati Handayani, *Buku Monograf : Positioning Bank Syariah di Jakarta*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 21.

<sup>28</sup> Bambang D. Prasetyo, dkk., *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*, (Malang : UB Press, 2018).

<sup>29</sup> Tati Handayani, *Buku Monograf : Positioning Bank Syariah di Jakarta*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 21.

### 3. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Komunikasi menyarakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Kata lain komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan.<sup>30</sup>

Komunikasi adalah suatu perwujudan persamaan makna antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi tidak hanya bertukar pendapat, tetapi mencakup lebih luas. Artinya, suatu proses penyampaian pesan dimana seseorang atau lembaga tersebut berusaha mengubah pendapat atau perilaku si penerima pesan atau penerima informasi.

Harold D. Lasswell mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi harus mencakup kelengkapan dari unsur-unsur komunikasi sehingga menjadi efektif ketika diterima. Unsur-unsur tersebut terdiri dari:

- a) Komunikator (*source/ sender /communicator*), yaitu perorangan atau lembaga yang memberikan atau menyampaikan pesan kepada audiens/khalayak secara langsung maupun tidak langsung.
- b) Pesan (*message*), yaitu materi yang disampaikan merupakan objek dari informasi yang menjadi bahasan
- c) Media (*channel/saluran*), merupakan sarana penghubung atau penyampai dan penerima pesan yang digunakan oleh komunikator maupun komunikan dalam menyampaikan pesannya.

---

<sup>30</sup> Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2018), hlm. 22.



d) Komunikan (*communicant*), yaitu perorangan maupun lembaga yang menerima isi pesan, informasi dari pihak komunikator.

e) Efek (*impact/effect/influence*), yaitu hasil yang dapat dilihat sebagai pengaruh diterima atau ditolaknya suatu isi pesan/informasi.<sup>31</sup>

#### 4. Komunikasi Massa dan Media Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messenges communicated thought a mass medium to a large number of people*). Dari defenisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah keduanya disebut dengan media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.<sup>32</sup>

Media massa sebagai alat komunikasi yang semua orang sudah memakainya sekarang, dizaman modern ini ada media cetak yang mencakup, surat kabar atau koran, majalah atau tabloid. Dan ada media elektronik, dan ada juga multimedia atau biasa disebut *media.com* (internet). Media massa memiliki sifat dan karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*university of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul dimedia massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat

---

<sup>31</sup> Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2017), hlm. 2-3.

<sup>32</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2014), hlm. 1.

kontemporer dewasa ini.<sup>33</sup> Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi dan juga media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lain yang terkait.<sup>34</sup>

## 5. Ruang Lingkup Tentang Radio

Radio adalah salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi/ sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (*gelombang elektromagnetik*).<sup>35</sup>

### a. Radio Sebagai Media promosi

Salah satu media yang tepat untuk mempromosikan barang dan jasa adalah media elektronik yaitu siaran radio. Promosi merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan untuk memberi penjelasan yang dapat menyakinkan calon konsumen tentang barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Pemanfaatan siaran radio sebagai media promosi oleh perusahaan-perusahaan

---

<sup>33</sup> Nurudin, Vira Vanessya Priyanka Putri, dkk., *“Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat”*, (Malang : PT. Cita Intras Selaras, 2020), hlm. 9-10.

<sup>34</sup> Dedi Kusuma Habibie, “Dwi Fungsi Media Massa”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No.2, Desember 2018, hlm. 80. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/20770> diakses pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 10.21 WIB.

<sup>35</sup> Meliani Dhamayanti, “Pemanfaatan Media Radio Di Era Digital”, dalam *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, Volume 3, No.2, Tahun 2019, hlm. 83-85. <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/45> diakses pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 10.25 WIB.

untuk menawarkan barang dan jasa saat ini semakin meningkat, karena sarana dan prasarana untuk mengakses siaran radio seakan mudah diperoleh.<sup>36</sup>

#### **b. Radio Sebagai Media Edukasi**

Media radio ini dapat difungsikan untuk menyampaikan pesan –pesan pembelajaran, sesuai dengan peran ideal radio sebagai media publik yaitu menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan. Pemanfaatan media sebagai media pembelajaran telah dapat memenuhi kesembilan karakteristik media radio yaitu sebagai berikut:

1. *Theaterof mind* (media radio memiliki kemampuan untuk membangkitkan imajinasi pendengar)
2. *Personal* (media radio mampu menyentuh pribadi pendengar)
3. *Sound only* (media radio hanya menggunakan media suara dalam menyajikan informasinya)
4. *At once* (media radio dapat diakses dengan cepat dan seketika)
5. *Heard once* (media radio didengar secara sepiintas)
6. *Secondary medium half aers media* (media radio hanya bisa menjadi teman dalam beraktifitas)
7. *Mobile/portable* (media radio secara fisik udah dibawa kemana saja)
8. *Local* (media radio bersifat lokal, hanya didaerah yang terjangkau frekuensinya)
9. *Linear* (media radio tersusun secara sistematis).<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Ribka Diana Ginting, Analisis Hubungan Penggunaan Radio Sebagai Media Promosi Perusahaan Dengan Pendapatan PT. Radio Bayu Tanah Karo, dalam *Jurnal AMIK MBP*, Volume 2, No. 1, Februari 2014, hlm. 84.

### c. Radio Sebagai Media Hiburan dan Informasi

Radio memiliki acara yang beragam yang disukai pendengarnya. Ini merupakan media massa yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Karakteristik radio yang akrab (mampu memiliki kedekatan emosi) membuat para pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Seluruh khalayak mengakui bahwa mendengarkan radio sebagai media hiburan. Apapun aktivitas yang dilakukan apabila membutuhkan waktu berjam-jam membuat mereka lebih merasa terhibur dengan hadirnya radio.<sup>38</sup>

### C. Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun skripsi ini ada beberapa karya yang memiliki keterkaitan dengan judul penulis yaitu:

1. Strategi radio Strart FM panyabungan dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga siaran radio yang diminati masyarakat. Oleh Muammar. Penelitian ini membahas tentang strategi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga siaran radio yang diminati masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data dilaksanakan dengan cara kualitatif disajikan dalam bentuk deskriptif, menelaah data, reduksi data,

---

<sup>37</sup> Innayah, "Radio Edukasi Sebagai Salah Satu Sumber Belajar Dalam Kegiatan Pembelajaran", dalam *Jurnal KWANGSAN*, Volume 2, No. 1, November 2014, hlm. 52-53. <https://jurnalkwangsan.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalkwangsan/article/view/14> diakses pada tanggal 24 Desember 2022 pukul 16.57 WIB.

<sup>38</sup> Meliani Dhamayanti, "Pemanfaatan Radio di Era Digital", dalam *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, Volume 3, No.2, Tahun 2019, hlm. 88. <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/45> diakses pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 10.25 WIB.

menyusun redaksi, teknik keabsahan data yaitu triangulasi, perpanjangan keikutsertaan pengamatan. Hasil penelitiannya adalah program acara radio Start FM yaitu: Fajar Imani, Buletin Pagi, Musik dan Informasi, Musik tiga warna, Musik Nusantara, Cakrawala Informasi Siang, Senja Imani, , Ketabo-Ketabo, Top News. Strategi radio Start FM yaitu: strategi kesesuaian, strategi pembentukan, strategi pengontrolan, strategi daya penarik massa.

2. Strategi *Positoning* radio Kiss FM dalam mempertahankan pendengar di kota medan. Oleh Muhammad Zul Khairi. Penelitian ini membahas tentang strategi positioning radio dalam mempertahankan pendengar. Penelitian ini menggunakan teori yang relevan dan berkaitan dengan komunikasi, komunikasi massa, pengertian radio, pengertian komunikasi pemasaran, dan strategi positioning. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini lebih mengarah kepada wawancara mendalam untuk mengetahui bagaimana strategi radio kiss FM dalam mempertahankan pendengar dengan mulai banyaknya persaingan antar media serta perkembangan media yang mulai maju. Setelah melakukan analisis dengan wawancara mendalam didapatkan bahwa cara mempertahankan pendengar yang dilakukan oleh radio Kiss FM dengan cara membuat program-program yang terbaru, mempromosikan di media sosial, mengevaluasi program yang lama apakah masih diminati oleh masyarakat, dan serta melakukan pendekatan dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan membuat acara off-air.

3. Strategi *positioning* radio Mandiri 98,3 FM sebagai radio *News and Business* Pekanbaru. Oleh Geofakta Razali. Penelitian ini membahas tentang

strategi positioning radio sebagai radio *News and Business*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini menggunakan metode observasi mendalam, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan radio positioning (penempatan posisi) merupakan strategi untuk merancang komunikasi semua bagian dari identitas awalradio, segmentasi, target, format dan produk radio (program) dan pesaing analisis.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Radio 105,5 RAU FM Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No.219 Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan adanya permasalahan tentang bagaimana strategi *Positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan. alasan peneliti mengambil tempat penelitian di Radio 105,5 RAU FM Padangsidimpuan, karena Radio ini sudah lama berdiri dari radio yang lainya dan juga pada zaman sekarang radio sudah agak tergeser peminatnya, Oleh karena itu dan perlu dikaji secara mendalam dan lokasi tersebut sepatutnya layak diteliti.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung pada bulan November 2021 sampai dengan November 2022 yang direncanakan dengan jadwal penelitian sebagaimana yang dilampirkan. Waktu yang ditetapkan ini dipergunakan dalam rangka pengambilan data untuk mendapatkan hasil penelitian.

Adapun rincian kegiatannya adalah sebagai berikut : Di mulai pada tahap pra penelitian, tahap penyusunan dan pengembangan proposal penelitian, tahap penyusunan instrumen penelitian (yang termasuk panduan wawancara dan panduan observasi), selanjutnya tahap seminar proposal, tahap perbaikan proposal, berikutnya pengumpulan data sewaktu observasi lapangan, dan tahap

analisis data, tahap penulisan naskah laporan penelitian , selanjutnya perbaikan penulisan naskah laporan peneitian , seminar hasil, tahap perbaikan penulisan naskah lapoan hasil penelitian, dan di akhiri dengan sidang.

Untuk memudahkan,maka jadwal penelitian ini di uraikan dalam tabel sebagai berikut:

|





## B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.<sup>39</sup> Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati dan diarahkan pada latar dan individu secara utuh.<sup>40</sup>

Penggunaan penelitian kualitatif lebih tepat untuk penelitian ini, karena peneliti ingin mengetahui secara mendalam bagaimana pihak RAU FM mempresentasikan diri mereka didepan masyarakat mengenai strategi *positioning* dalam mempertahankan eksistensi mereka kepada masyarakat Kota Padangsidempuan. Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk menarik kesimpulan atas realitas yang ada dipermukaan sebagai suatu ciri, karakter, tanda, model, gambaran tertentu, situasi ataupun fenomena tertentu.

### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif, yaitu memaparkan tentang strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan. metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status kelompok manusia suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang,

---

<sup>39</sup> Albi Anggito dan Johan Seiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2018), hlm. 7.

<sup>40</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 82.

masalah-masalah yang aktual dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisa.<sup>41</sup>

Penelitian ini merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara terencana dan nyata untuk mendapatkan suatu solusi, meningkatkan suatu kualitas dan untuk merubahnya menjadi lebih baik. Penelitian tidak hanya terbatas pada pengumpulan data dan informasi, tetapi dilanjutkan dengan analisis data untuk mengetahui bagaimana strategi *positioning* RAU FM dalam meningkatkan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

### **C. Informan Penelitian**

Informan penelitian merupakan benda atau orang, tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan.<sup>42</sup> Atau orang yang akan dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah direktur utama, direktur admin, serta penyiar RAU FM.

### **D. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata upaya dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data adalah suatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber data, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>41</sup>Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: PT. Deepublish, 2018), hlm. 36.

<sup>42</sup> Andi Pratowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Ar-Rumedia, 2014), hlm. 28.

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>43</sup> Artinya sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini bersumber dari objek penelitian dan orang-orang (*key person*) yaitu ibu Indriati sebagai direktur utama, bapak Faisal Laksamana sebagai direktur RAU FM serta ibu Masjuni sebagai admin RAU FM.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder ini bersifat pendukung yang bisa berupa variabel lain dari objek penelitian.<sup>44</sup> Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari salah satu penyiar yang bernama Uswatun Hasanah yang saat ini masih bekerja di RAU FM Kota Padangsidempuan.

## **E. Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data-data yang valid dan realible, maka diperlukan teknik pengumpulan data dengan cara:

### 1. Observasi

Observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data kualitatif dengan observasi. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan

---

<sup>43</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 39.

<sup>44</sup> Muh Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: Jejak, 2017), hlm. 162.

pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya.<sup>45</sup>

Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipasi (peneliti tidak ikut ambil bagian dalam situasi yang ditelitinya), karena hanya mengamati dari luar tanpa terlibat dalam segala kegiatan yang berlangsung di RAU FM Padangsidimpuan. Peneliti melakukan pengamatan hanya pada saat untuk memperoleh data mengenai masalah yang diteliti. Teknik observasi tanpa partisipasi ini digunakan oleh peneliti untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan yang ada pada RAU FM agar peneliti memperoleh gambaran luas tentang permasalahan yang sedang diteliti.

## 2. Wawancara

Wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Bisa juga dikatakan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu.<sup>46</sup>

Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur ini digunakan karena peneliti melihat apa yang terjadi dan kondisi informan dilokasi penelitian. Pedoman wawancara yang dilakukan dengan para penyiar RAU FM untuk mengetahui strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan. dan hanya

---

<sup>45</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 118.

<sup>46</sup> Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2017), hlm.65-66.

menggunakan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan tentang strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

Unit analisis adalah satuan-satuan data objek penelitian yang akan diteliti dan ditelaah pada strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

### 3. Dokumentasi

Penelitian ini sangat memerlukan pengambilan gambar untuk bukti menguatkan hasil penelitian mengenai strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan. didalam metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, dan sebagainya. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengambilan foto tentang kegiatan strategi *positioning* yang dijadikan dokumentasi oleh peneliti di Kota Padangsidempuan.

### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mereview dan memeriksa data, menginterpretasikan data yang terkumpul, sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan data yang terkumpul, sehingga dapat menerangkan dan menggambarkan fenomena atau situasi sosial yang diteliti. Analisis data adalah proses mencari atau menyusun secara sistematis dan yang diperoleh dari hasil

wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Sehingga mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>47</sup>

Jadi analisis data kualitatif pada penelitian ini adalah proses menyusun, mencari, dan mengatur urutan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dengan mengelompokkan kedalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting dan membuat kesimpulan dan sehingga mudah difahami. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Menelaah seluruh data yang dikumpulkan dari sumber data

Langkah pertama yang dilaksanakan dengan cara pencarian data yang diperlukan terhadap berbagai jenis data dan bentuk data yang ada dilapangan kemudian melaksanakan pencatatan lapangan.

2. Reduksi data

Apabila langkah pertama pencarian data sudah terkumpul, maka langkah selanjutnya mereduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Reduksi data merupakan upaya peneliti untuk memilih memfokuskan dan menstransfortasi data yang berserakan dan catatan lapangan. Peneliti terus-menerus melakukan reduksi data selama penelitian berlangsung.

3. Penyajian data (*display data*)

Setelah data direduksi, maka akan dilanjutkan dengan penyajian data. Penyajian data adalah upaya peneliti untuk menyajikan data sebagai suatu

---

<sup>47</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta; Prenada Media Grup, 2016), hlm. 400.

informasi yang memungkinkan untuk mengambil kesimpulan. Disini peneliti berupaya membangun teks naratif yang didukung dengan data sebagai suatu informasi yang terseleksi dan sederhana dalam kesatuan bentuk yang kuat. Penyajian data masing-masing didasarkan pada fokus penelitian yang mengarah pada pengambilan kesimpulan sementara yang kemudian menjadi temuan penelitian.

#### 4. Kesimpulan (*conclusion*)

Langkah keempat dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak dikemukakan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang akan dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>48</sup>

### G. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data adalah konsep penting yang diperbaharui dari konsep keabsahan kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*reabilitas*). Penelitian kualitatif memerlukan jaminan keabsahan data sehingga penelitian dapat dipertanggungjawabkan hasilnya dari berbagai aspek dalam penelitian. Teknik yang digunakan berupa ketekunan dan pengamatan dan kecukupan referensi.

Dalam penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data dengan menggunakan teknik *triangulasi*. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan

---

<sup>48</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 405-408.



keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan keabsahan data sebagai perbandingan. Alasan peneliti mengambil Triangulasi metode karena peneliti ingin memperoleh kebenaran informasi yang tepat serta gambaran yang utuh mengenai informasi tentang strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensinya di Kota Padangsidempuan, serta peneliti bisa menggunakan metode triangulasi tersebut. Selain itu peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Temuan Umum**

##### **a. Sejarah Berdirinya RAU FM Padangsidimpuan**

PT Radio Adi Utama Laksamana, berdiri pada tanggal 25 Desember 1994 di Padangsidimpuan dan didirikan oleh T. Faisal Laksamana, SE dan Dr.Indriati dengan nama di udara Radio RAU 105 FM. Latar belakang pendirian Radio Adi Utama Laksamana adalah kepedulian kepada masyarakat Kota Padangsidimpuan dan generasi muda sebagai harapan masa depan bangsa, dimana generasi muda pendidikan pertama sesudah dalam keluarga, adalah sekolah formal dan di lingkungan. Jadi, baik atau buruknya generasi muda akan mewarnai dalam kehidupan bangsa, maka kehadiran Radio Adi Utama Laksamana diharapkan dapat memberi wadah bagi generasi muda untuk menggunakan waktunya secara maksimal yang positif, dalam suasana yang santai, menghibur dan mendidik/edukatif.

Maksud didirikannya Radio Adi Utama Laksamana di Kota Padangsidimpuan dapat memberi wadah bagi masyarakat khususnya generasi muda untuk menggunakan waktunya secara maksimal dan sportif, karena pengembangan informasi pendidikan, menumbuhkan kecintaan kepada budaya

daerah dengan tujuan pengembangan budaya bangsa oleh generasi muda sehingga akan dihasilkan generasi-generasi yang berkualitas.<sup>49</sup>

### **b. Letak Geografis**

Radio Adi Utama Laksamana 105 FM beralamat di Jalan Jendral Sudirman, No. 219, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara atau lebih tepatnya di depan SMAN 1 Padangsidimpuan yang dimana RAU FM tersebut menjadi layanan penyiaran swasta yang melayani wilayah Kota Padangsidimpuan dan mencakup wilayah se-Tabagsel. Secara geografis RAU FM Padangsidimpuan berbatasan wilayah-wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan daerah Palopat Maria.
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan daerah Manegen.
- 3) Sebelah timur berbatasan dengan daerah Simirik.
- 4) Sebelah barat berbatasan dengan daerah Hanopan/Sibatu.<sup>50</sup>

RAU 105,5 FM sangat mudah untuk dijangkau yakni:<sup>51</sup>

- i. Frekuensi RAU : 105,5 FM
- ii. Layanan Sms/Telp.: 082299996105/0634.2194
- iii. Instagram : raufmpadangsidimpuan
- iv. Facebook : rau padangsidimpuan
- v. Email : [raufmpds@yahoo.com](mailto:raufmpds@yahoo.com).

---

<sup>49</sup> Dokumentasi Buku Radio Bisnis Plan RAU 105 FM, Pada Tanggal 25 April 2022, Pukul: 10:00 WIB.

<sup>50</sup> Dokumentasi Letak Geografis RAU FM Padangsidimpuan, Pada Tanggal 25 April 2022. Pukul 10:00 WIB.

<sup>51</sup> Dokumentasi Buku Radio Bisnis Plan RAU 105 FM, Pada Tanggal 25 April 2022. Pukul 10:00 WIB.

### c. Visi dan Misi RAU FM Padangsidimpuan

Visi RAU FM Padangsidimpuan adalah: “Radio masyarakat umum terbaik/terkemuka/terdepan di Kota Padangsidimpuan yang mampu berperan dalam peningkatan kualitas hidup manusia.”

Adapun misi RAU FM Padangsidimpuan adalah:

- 1) Radio yang mampu menyajikan produk siaran yang informatif, edukatif dan menghibur.
- 2) Membentuk dan memberdayakan komunitas anak muda dalam rangka kualitas hidup.
- 3) Pencipta *trend* positif bagi masyarakat Kota Padangsidimpuan.
- 4) Perusahaan yang mampu memberikan keuntungan bagi semua pihak yang berperan.
- 5) Perusahaan yang keberadaannya memberikan nilai tambah terhadap lingkungan sekitarnya.<sup>52</sup>

### d. Segmentasi Pendengar RAU FM Padangsidimpuan

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ibu Masjuniselaku admin RAU FM menyatakan bahwa: masyarakat Kota Padangsidimpuan berdasarkan data analisa, potensi pendengar di wilayah ini sebesar :720.000. dari jumlah tersebut RAU FM memiliki segmentasi pendengar yang berusia antara 05-50 tahun berjumlah 1.446.700 jiwa dengan komposisi jenis kelamin:<sup>53</sup> pendengar yang

---

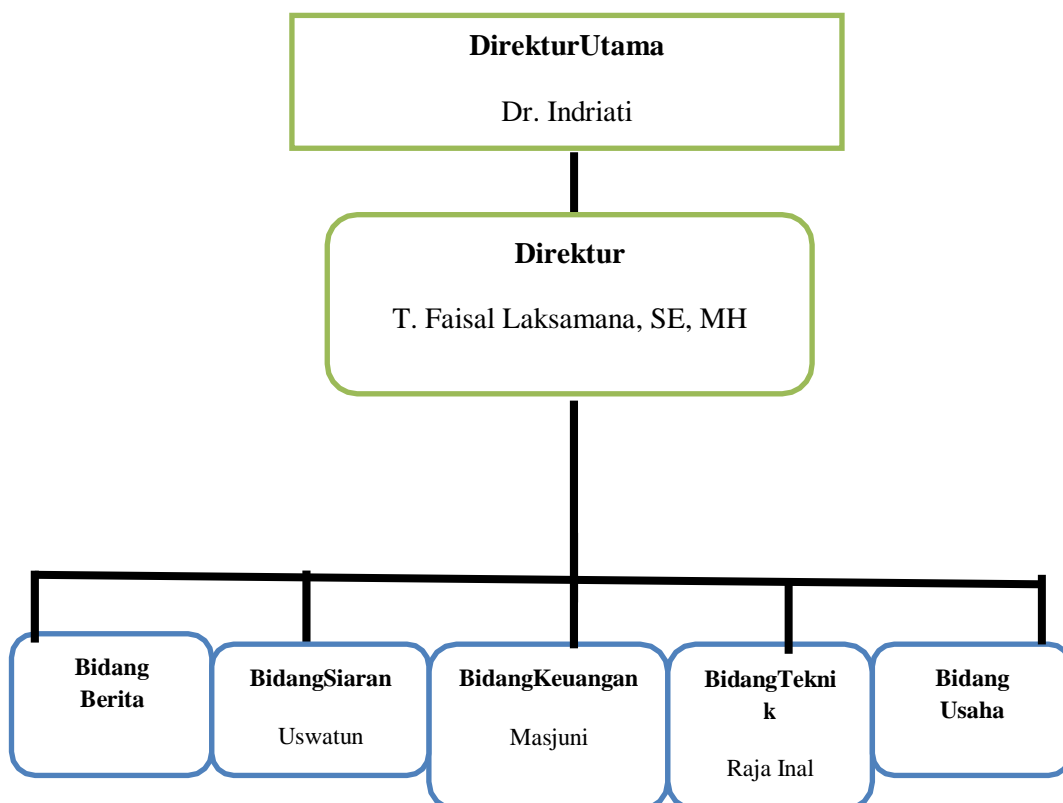
<sup>52</sup> Dokumentasi Visi dan Misi RAU FM Padangsidimpuan, Pada Tanggal 25 April 2022. Pukul 16:00 WIB.

<sup>53</sup> Dokumentasi Profile RAU FM Padangsidimpuan, Pada Tanggal 25 April 2022. Pukul 16:00 WIB.

berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45%, sedangkan pendengar yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 55%.

#### e. Struktur Kepengurusan RAU FM Padangsidempuan

Berikut ini merupakan struktur kepengurusan RAU FM Padangsidempuan.<sup>54</sup>



#### f. Sarana dan Prasarana RAU FM Padangsidempuan

Sarana menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berarti alat atau media atau segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terlaksananya suatu proses (usaha, proyek, pembangunan, dsb). Berikut ini

<sup>54</sup> Dokumentasi Struktur Kepengurusan RAU FM Padangsidempuan, Pada Tanggal 27 April 2022 Pukul 13:00 WIB .

sarana dan prasarana yang tersedia di radio RAU FM Padangsidimpuan. Adapun peralatan yang digunakan dalam proses produksi siaran RAU FM yaitu:

3. *Komputer*: komputer tentu saja perangkat dasar radio, berguna untuk memasukkan input dan memproses data dengan mengeluarkan hasil output yang kita inginkan dan bekerja secara otomatis. Dikerjakan dengan *software* atau aplikasi dan tersimpan melalui media penyimpanan data.

4. *Mixer*: adalah alat pengatur, pengolah dan perekam suara. Dengan menggunakan mixer, suara yang awalnya kurang bagus, trouble dan *noise* akan disempurnakan.

5. Mikrofon merupakan alat untuk mengubah gelombang bunyi atau suara menjadi gelombang listrik kemudian menyiarkannya melalui penguat suara (*speaker*) atau alat perekam.

6. *Headphone*: merupakan alat dengar yang berfungsi sebagai *guide* bagi reporter untuk mendapatkan pengarah atau menyimak suara-suara hasil rekaman berita. *Headphone* juga berguna untuk memonitoring kekuatan suara penyiar.,

7. *Telepon hybrid*: merupakan sebuah alat yang mengonversi sambungan telepon biasa ke *mixer* siaran. Dengan ini, penyiar bisa berkomunikasi langsung dengan pendengar. Biasanya *hybrid* diaktifkan sebelum *fader mixer* digeser keatas, hal ini mengantisipasi adanya bunyi yang tidak diinginkan terdengar oleh pendengar radio.

8. *Transmitter*: yaitu media yang digunakan sebagai pemancar. Dalam radio, yaitu suatu perangkat elektronik yang menghasilkan gelombang radio dengan

antena. Pemancar itu sendiri menghasilkan arus bolak-balik frekuensi radio, yang diberikan ke antena.<sup>55</sup>

#### **g. Program Acara Siaran Stasiun RAU FM Padangsidempuan**

Keberhasilan stasiun radio dalam mengelola acara dan pengaturan jadwal siaran menjadi tujuan utama dari penyelenggaraan radio. Untuk mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan agar tetap menjadi pendengar setia dalam mendengarkan radio, maka setiap radio tentu memiliki program unggulan yang disajikan.

Peluang dimungkinkan untuk menarik perhatian adalah pembuatan acara yang mampu menjawab kebutuhan para pendengar dan penjadwalan acara yang tepat baik dari segi waktu maupun kondisi sosiopsikologis pendengar.

Sebagai media informasi dan komunikasi susunan acara untuk setiap acara tentu harus diperhatikan agar tersaji sesuai kebutuhan hiburan dan informasi bagi pendengar. Berikut ini merupakan acara siaran yang disajikan RAU FM. Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti ada program religi, program RAU *memory*, program tangga lagu serta berita nasional.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, peneliti menemukan ada beberapa siaran yang digunakan di radio RAU FM serta memiliki program unggulan, yakni informasi, hiburan kemudian format musik yang disiarkan, program acara radio sebagai berikut:

I. Selamat Pagi Sidempuan : program acara pagi hari mulai dari hari senin sampai hari minggu yang disiarkan dengan info cuaca, ekonomi, edukasi

---

<sup>55</sup> Dokumentasi Alat Sarana dan Prasarana RAU FM Padangsidempuan, pada tanggal 30 April 2022 Pukul 15:00 WIB.

bisnis, wisata, kuliner sehat, relai berita, *talkshow* tentang kesehatan, dan *request* pagi.

II. Duta (Dunia Kita) : program acara pagi menjelang siang hari mulaidari hari senin sampai jum'at yang disiarkan dengan info *female*, gaya, muslimah, tips, karier, *request* siang, POSARA(Polisi Sambang Udara), dan OBSESI (Obrolan Seputar Tsaqofah Islami).

III. Galaksi : program acara siang hari mulai dari hari senin sampai sabtu yang disiarkan dengan sharing info seputar Tapanuli bagian selatan.

IV. Ketabo Tu Sidimpuan : program acara siang menjelang sore hari mulai dari hari senin sampai jum'at yang disiarkan dengan request lagu batak dan tapsel.

V. Program Anak-anak : program acara pagi setiap hari minggu pukul 09:00-10:00 yang disiarkan dengan pentas anak khusus anak usia 3-12 tahun.

VI. Kita dan Budaya : program acara pagi menjelang siang hari mulai dari hari sabtu sampai minggu yang disiarkan dengan info budaya, wisata, tips, travel, dan lifestyle.

VII. Program Religius : program acara setiap hari pukul 00:00-11.00 yang disiarkan dengan kuliah islam, inspirasi kita dan ceramah Ust. Somad, cakrawala islam, kisah mulia, Al-kabair, mutia islam setiap selesai adzan.

VIII. *Request Weekend* : program acara siang menjelang sore hari mulai dari hari sabtu sampai minggu yang disiarkan dengan lagu pop indo, barat, batak, tapsel, dan dangdut.



IX. *Tangga Lagu* : program acara siang, sore, hingga malam hari mulai dari hari sabtu sampai minggu pukul 13:00, 16:00, 19:00 yang disiarkan dengan tangga lagu dangdut, batak, hingga lagu pop.

X. *Night With Us* : program acara pada malam hari setiap hari minggu yang disiarkan dengan segmen anak muda, curhat dan *RAU memory*.

XI. *RAU Memory* : program acara pada malam hari setiap hari yang disiarkan dengan pemutaran lagu-lagu lama.

XII. *Karaoke Malam Minggu* : program acara pada malam hari setiap malam minggu yang disiarkan segmen kaula muda berekspresi bernyanyi dari rumah dan studio.

XIII. *Berbalas Pantun* : program acara pada malam hari setiap hari selasa yang disiarkan berbalas pantun berbahasa daerah tabagsel dan bahasa Indonesia.

XIV. *Jum'at Berkah* : program acara pada setiap hari jum'at dengan membagikan nasi bungkus atau sembako kepada orang-orang yang membutuhkan.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil penelitian observasi peneliti, mengenai program siaran yang ada di RAU FM Padangsidempuan, pihak RAU FM membuat program siaran sesuai dengan konsep yang telah disusun secara rapi, dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga mampu menarik minat pendengar agar selalu tetap mendengarkan, tetapi berdasarkan program yang diudarkan oleh RAU FM adalah Galaksi. Galaksi adalah program lokal mahasiswa yang memberikan informasi menarik seputar Tapanuli bagian Selatan yang terdiri

---

<sup>56</sup>Dokumentasi Pada Brosur RAU FM Padangsidempuan, pada tanggal 30 April 2022 Pukul 15:00 WIB.

diantaranya info sejarah, kuliner, adat dan tradisi, serta wisata. Dan program ini adalah program yang paling diminati oleh pendengar, dan kebanyakan pendengarnya adalah remaja. Sedangkan program Marbalas Pantun adalah program lokal yang berisikan tentang berbalas pantun dengan versi bahasa daerah yang terdiri dari pantun nasehat, pantun hiburan, serta pantun yang mengandung edukasi. Dan program ini adalah program yang paling diminati oleh pendengar, dan kebanyakan pendengarnya adalah masyarakat termasuk anak-anak, orang tua, bahkan remaja.

## **2. Temuan Khusus**

### **a. Strategi *Positioning* RAU FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Padangsidempuan**

Positioning RAU FM adalah *tag line* RAU FM terdapat dalam *jingle* yang setiap hari di udarkan yaitu *You're life style* adalah salah satu ciri khasnya RAU FM yang menandakan bahwasanya penyiar RAU FM dengan pendengarnya lebih dekat tanpa adanya batasan usia, kemudian penyiarinya bisa berinteraksi dengan Pendengar sesuai dengan ciri khas penyiarinya masing-masing tidak ada ketentuan dan peraturan yang monoton. Dengan tujuan agar pendengar mampu mengenali suara siapa saja penyiar yang akan bertugas, atau secara singkatnya menunjukkan ciri khas RAU FM yang beragam terutama gaya penyampaian pada penyiar kepada pendengar semua kalangan dan penyiar juga harus memiliki wawasan yang luas juga karena semua pendengar mencakup semua kalangan.

Hasil dari wawancara kepada direktur utama, direktur di radio RAU FM dan, admin RAU FM serta penyiar RAU FM. sesuai dengan rumusan masalah tentang

strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan, yaitu:<sup>57</sup>

a. Strategi Merancang Kegiatan program

Strategi yang dilakukan di RAU FM pada saat melakukan pembentukan rancangan kegiatan meliputi musyawarah terlebih dahulu kepada para penyiar, memberikan rancangan-rancangan, kegiatan-kegiatan program yang ingin dilakukan, menyiapkan konten audio dan materi audio pendukung dengan tahapan rancangan program, persiapan memilah- memilih hasil rancangan, serta meramu konsep-konsep acara atau memilih program yang cocok dan menarik perhatian untuk para pendengar dan masyarakat serta untuk mempertahankan eksistensinya di Kota Padangsidimpuan. dalam wawancara dengan Admin RAU FM, beliau menyampaikan bahwa:

Salah satunya kami membuat kegiatan atau *event-event*. cara kami membuat kegiatan itu untuk mendekatkan diri kita kepada pendengar dan lebih memperkenalkan radio kepada masyarakat dengan cara memberitahukannya kepada khalayak melalui *face to face* dengan memberikan form tertulis dan juga bisa melalui udara untuk memberitahukan kepada masyarakat terkait kegiatan program yang akan kami lakukan.<sup>58</sup>

Selain daripada itu RAU FM membuat acara baru dan dikemas sedemikian rupa dan bekerjasama dengan pihak-pihak atau instansi lain agar menarik perhatian. Jumlah kegiatan yang ada di stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan radio semakin membidik atau mempengaruhi pendengar. Setiap

---

<sup>57</sup> T. Faisal Laksamana, Wawancara dengan Direktur RAU FM Minggu 11 Juni 2022, Pukul 10:00 WIB.,

<sup>58</sup> Masjuni, Wawancara dengan Admin RAU FM pada tanggal 20 Mei 2022, Pukul : 12:00 WIB.

acara harus mengacu sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam wawancara dengan Direktur RAU FM, beliau menyampaikan bahwa:

Kami berusaha membuat acara-acara yang menarik, kami juga bekerjasama dengan pihak UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dengan mengunsung tema anak kekinian dan mengedukasi kepada masyarakat mengenai tapanuli selatan dan sekitarnya, kami namakan acara tersebut dengan nama “GALAKSI” dengan adanya acara yang terbaru ini kami mengharapkan anak-anak galaksi mereka bisa membantu kami menyampaikan kepada masyarakat terkhususnya mahasiswa untuk sama-sama mengetahui tentang informasi dan hal-hal menarik yang ada di tapanuli.<sup>59</sup>

b. Strategi Bekerjasama dengan Instansi

Dalam pengelolaan radio menjalankan strategi bekerjasama ini yaitu dengan melakukan pendekatan dengan instansi-instansi lain dengan tahapan memperkenalkan visi Misi RAU FM yang telah di tetapkan kepada instansi tersebut bagaimana proses kerjanya, program apa yang di tampilkan, kegiatan apa yang masih tetap berjalan, apa saja sumber daya yang mereka miliki, dan bagaimana mereka menyesuaikan program yang sekarang diminati oleh masyarakat, Dalam wawancara dengan Direktur utama dan direktur RAU FM, beliau menyampaikan bahwa:

Selain itu, kami juga bekerjasama dengan Kemenag Kota Padangsidimpuan dengan memberikan program dakwah yang diudarkan setiap habis adzan. Bukan cuma dari itu kami juga bekerjasama dengan Tambang Mas Martabe yang berlokasi di Batangtoru dengan mengadakan program Talkshow dengan tema “Martabe Berprestasi” dengan

---

<sup>59</sup> T. Faisal Laksamana, Wawancara dengan Direktur RAU FM pada tanggal 11 Juni 2022, Pukul : 10:05 WIB.

mengundang para murid-murid yang berprestasi dan telah menerima beasiswa tersebut.<sup>60</sup>

Bukan cuma itu saja, kami juga bekerja sama dengan instansi diluar daerah seperti Trans 7 yang berlokasi di Jakarta dengan mengadakan himbauan kepada masyarakat Kota Padangsidimpuan tentang pergantian Program Siaran TV analog ke siaran TV digital.<sup>61</sup>

Selain daripada itu, RAU FM juga bekerjasama dengan pihak media cetak mereka melakukan kerjasama harus melalui pendekatan antara-antara pihak-pihak yang ingin dijadikan target sasaran untuk melakukan kerjasama, dan adanya *feedback* diantara keduanya. Seperti wawancara dengan Admin RAU FM, beliau menyatakan bahwa:

Kami juga melakukan kerjasama dengan pihak media cetak, makanya hingga sekarang ini RAU FM masih ada di Koran, kami mempromosikan mereka melalui audio atau bisa juga dikatakan kami memperkenalkan mereka melalui udara, dan mereka juga mempromosikan kami melalui media cetak. Dalam hal ini kami melakukan hal-hal yang dapat memberikan *feedback* antara RAU dan media cetak.<sup>62</sup>

### c. Strategi Melakukan Langkah dengan Teknologi

Dalam menjalankan strategi ini yaitu dengan tahapan membuat penemuan atau sesuatu hal yang baru, agar RAU FM tidak ketinggalan zaman, mengingat di zaman sekarang radio sudah agak tergeser peminatnya dikarenakan maraknya internet yang semakin meluas, sehingga RAU FM membuat teknologi yang bisa

---

<sup>60</sup> T. Faisal Laksamana, Wawancara dengan direktur RAU FM pada tanggal 11 Juni 2022, Pukul :10:30 WIB.

<sup>61</sup> Indriati, Wawancara dengan direktur utama RAU FM pada tanggal 11 Juni 2022, Pukul :10:25 WIB.

<sup>62</sup> Masjuni, Wawancara dengan admin RAU FM pada tanggal 20 Mei 2022, Pukul: 12:05 WIB.

membuat jangkauan yang semakin meluas dari daerah keluar daerah, nasional hingga internasional, agar pendengar yang ingin mendengarkan RAU FM bisa dijangkau dan didengarkan oleh masyarakat luas. RAU FM menyiapkan hal terbaru yang mempermudah masyarakat dalam kota maupun luar kota untuk mempermudah dalam mengakses siaran radio yaitu membuat aplikasi RAU FM, dalam aplikasi ini pendengar bisa mendengarkan RAU fm secara langsung tanpa memakai *headset*. Dan pendengar juga bisa melihat foto-foto penyiar, berita-berita terbaru dan terviral saat ini, deretan tangga lagu versi RAU FM, info lokal dan masih banyak lagi. Apabila pendengar tidak mempunyai aplikasi RAU, pihak RAU FM menyiapkan link yang dapat mempermudah pendengar dalam mendengarkan siaran radio adapun *link* nya [www.raufm.com](http://www.raufm.com) , dalam *link* ini pendengar bisa mendengarkan siaran radio RAU FM tanpa memakai *headset*.

Seperti wawancara dengan Direktur RAU FM, beliau menyatakan bahwa:

Langkah yang kami lakukan seperti yang sudah kita lihat bersama, dan kami melakukan langkah dengan bekerjasama dengan teknologi suara (teknologi berita yang berasal dari bandung) dan kami juga memberikan websitenya kepada pendengar, dan pendengar bisa mengakses website yang berisikan berita nasional, bagi pendengar yang ingin mendengarkan berita, selain itu kami juga sudah membuat aplikasi RAU FM, pendengar bisa mendengarkan kami tanpa memakai headset. Dan melalui aplikasi pendengar bisa mendengarkan kami selama 24 jam *non stop*. Selain itu kami juga mempunyai *website (link)* yang mampu dijangkau oleh pendengar yang diluar daerah. Dengan adanya internet ini bisa memperbanyak pendengar kami melalui online awalnya ada 1.000 pendengar yang mendengarkan, dengan adanya internet ini bisa memperbanyak pendengar menjadi 1.500 pendengar perharinya.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> T. Faisal Laksamana, Wawancara dengan direktur RAU FM pada tanggal 11 Juni 2022, Pukul: 10:35 WIB.

Pengelolaan dengan menggunakan saluran online sangat menjanjikan bagi kemajuan radio siaran. Kondisi masyarakat saat ini sudah sangat memungkinkan untuk mengakses radio melalui komputer maupun telepon seluler, hampir seluruh ponsel memberikan fasilitas radio di dalamnya. Dengan adanya kemajuan teknologi maka radio siaran menjadi lebih berat dikarenakan perlunya modifikasi dan kolaborasi program-program acara radio siaran, sehingga perlu juga menambah program melalui *online* yang berbasis komputer. Kehadiran radio melalui streaming internet tidak bisa diotak-atik bahkan di cegah oleh radio siaran yang ada maka pengelolaan radio siaran harus mengikuti trend yang ada jika ingin radio tetap eksis dan mampu memperluas pendengar.

#### d. Strategi promosi Program Baru

Dalam menjalankan strategi ini yang dilakukan oleh RAU FM yaitu dengan tahapan mempromosikan program terbaru yang tak kalah menarik dari program-program sebelumnya, memperkenalkan kepada masyarakat mengenai program yang baru dan akan mereka jalankan dan tak kalah menarik dari program sebelumnya, dan mereka juga membuat acara *off air* program atau konten yang disiarkan bisa lebih menarik banyak pendengarnya dengan cara penggabungan acara *off air* dan *on air* dengan digital dan program atau konten *on air* di *upload* di sosial media RAU FM agar pengikut semua media sosial dapat tertarik mendengarkan RAU FM dan yang ingin beriklan memasang iklan di media sosial RAU FM serta mempersiapkan program yang baru ini secara matang dan cocok bagi para pendengar dan untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam wawancara dengan Penyiar RAU FM, beliau menyatakan bahwa:

Kalau kami mempunyai program baru di RAU FM ini misalnya sebelum beberapa hari sebelum acara di udarakan, atau bisa kita maksudkan sekitar 6 hari lagi lalu kami perkenalkan melalui sosial media, dan bisa juga kami mengumumkan program baru melalui voice (ketika on air) bahwasanya kita mempunyai program baru, dimulai dari kapan, jam berapa, kegiatan programnya seperti apa pasti kami bakal promosikan. Dan bukan cuma itu, kami sebagai penyiar bisa mempromosikan program baru ini melalui sosial media kami masing-masing secara pribadi.<sup>64</sup>

e. Strategi Kesesuaian

Strategi yang dilakukan di RAU FM pada program siaran dengan tahapan Penjadwalan, tipe program yang cocok untuk para pendengar dan untuk mempertahankan minat pendengar pada program tersebut, mereka juga membuat pemilihan jenis musik yang akan diputar oleh RAU FM utamanya adalah musik lokal (pop) tetapi tidak semua lagu Indonesia ada beberapa lagu daerah dan lagu luar negeri, Selain lebih memperhatikan pada konten program juga memperhatikan pemilihan lagu yang cocok pada jam siaran untuk para pendengarnya, kemudian juga untuk menyesuaikan minat para pendengar yang lebih menginginkan berinteraksi antara penyiar dan pendengar. Dalam wawancara dengan Penyiar RAU FM , beliau menyampaikan bahwa:

Cara kami strateginya bisa dibilang dengan cara menyesuaikan, artinya kami harus melihat apa sih minat pendengar saat ini, mereka suka lagu yang bagaimana, terus jenis informasi yang mereka suka itu seperti apa, apakah dia itu informasi tentang sosial budaya, informasi tentang keagamaan, atau informasi tentang hal lain sekalipun kita harus cari tahu dahulu, kemudian kita cari melalui sosial media contohnya instagram apalagi kalau kita lihat pada pencarian instagram pasti yang kita lihat pada halaman beranda pertama itu pasti hal-hal yang trending atau hal-hal yang viral jadi kita lihat, kalau berita ini lagi trending pasti masyarakat menyukai topik yang hangat. Jadi kita usahakan dan kita sesuaikan tetapi

---

<sup>64</sup> Uswatun Hasanah, Wawancara dengan penyiar RAU FM pada tanggal 20 Mei 2022, Pukul: 13:45 WIB.



kita tetap kontrol. Misalnya masyarakat sekarang apalagi anak muda suka dengan lagu yang bergendeng k-pop, kita boleh memutar musik k-pop itu tetapi tetap pada kontrol dan tidak boleh yang bahasa koreanya yang akan kami putar itu hanya english version atau setidaknya ada half english versionnya saja dan kita harus menyesuaikannya, seperti itu.<sup>65</sup>

Berdasarkan teori niche, RAU FM Padangsidimpuan memberikan kesempatan kepada instansi-instansi besar untuk bekerjasama dalam iklan layanan pendengar yang akan ditujukan kepada masyarakat luas, RAU FM Padangsidimpuan juga terbuka terhadap iklan yang bersifat komersil dalam artian, jika pendengar mempunyai produk atau usaha dapat disiarkan di RAU FM Padangsidimpuan. hal ini sesuai dengan visi misi RAU FM Padangsidimpuan yaitu perusahaan yang berperan memberikan keuntungan bagi semua pihak yang berperan, dan menunjukkan aspek program atau isi media. Dalam hal ini RAU FM Padangsidimpuan mempunyai pengelolaan segmentasi tersendiri yakni program yang dikembangkan untuk memberikan informasi ataupun pengetahuan kepada pendengar, dan yang kedua dikembangkan untuk kreatifitas anak muda. RAU FM Padangsidimpuan terus mencoba meningkatkan kualitas radio dan memperluas jangkauan siaran dari suatu daerah ke daerah lain bahkan secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumber daya teknologi yang ada seperti *website* RAU FM Padangsidimpuan, aplikasi RAU FM Padangsidimpuan, *live streaming* RAU FM Padangsidimpuan dan semuanya berbasis pada aplikasi *android*.

Perbandingan dokumen radio dengan kondisi di lapangan dan konteks masa kini jelas memiliki perubahan, salah satunya mencari apa yang diminati oleh

---

<sup>65</sup> Uswatun Hasanah, Wawancara dengan penyiar RAU FM pada tanggal 20 Mei 2022, Pukul: 13:47 WIB.

para pendengar dan jika dibandingkan lebih mudah, dikarenakan adanya internet, dan apabila jika ingin melihat sejauh mana pendengar yang mendengarkan RAU FM, para kru akan turun ke lapangan membagikan selebaran-selebaran kepada masyarakat luas yang berisikan tentang program apa saja yang mereka sukai serta masukan-masukan yang harus di perbaiki kedepannya. Dan jika di lihat pada zaman sekarang, apa saja yang kita lakukan mudah tinggal membuka *google form*, selain itu membagikan *link/website* kepada masyarakat melalui sosia media ataupun melalui udara sehingga memudahkan pendengar untuk mengisi formulir tersebut tanpa menggunakan kertas dan pulpen.

#### **b. Analisis Pembahasan**

Analisis pada penelitian kali ini peneliti akan menyajikan data yang diperoleh dengan lengkap dan terperinci dari hasil observasi dan wawancara tidak terstruktur yang telah dilakukan oleh peneliti pada objek penelitian yaitu strategi yang digunakan oleh peneliti pada objek penelitian yaitu strategi *positioning* yang dilakukan oleh RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.

RAU FM yang beroperasi di Jl. Jendral Sudirman No.219 Kota Padangsidempuan. RAU FM telah berdiri pada tahun 1994 dengan semboyan "*the best radio stasion in Padangsidempuan 105 RAU FM you're life style*"serta mempunyai visi dan misi radio masyarakat umum yang mampu menyajikan produk siaran yang infomatif, edukatif dan menghibur. Telah menyajikan acara-acara yang terjadwal dan disusun secara apik agar sesuai dengan target pendengar

sebagai jaminan konsistensi siaran dalam rangka untuk menjaga persaingan dengan radio yang lain

Selain itu, pendekatan kepada masyarakat dengan memberikan program, kegiatan bahkan hiburan yang bervariasi tentu sangat mempengaruhi ketertarikan masyarakat agar terus mendengarkan RAU FM. Radio sebagai media yang informatif dan komunikatif dengan fasilitas interaksi melalui telepon, SMS, bahkan media sosial juga mampu membentuk hubungan timbal balik antara pendengar.

Pembuatan strategi yang sudah disesuaikan dengan keadaan perkembangan zaman, strategi yang harus diterapkan adalah menyeimbangkan antara hiburan dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi teknologi dan pengetahuan terbaru. Untuk memenangkan sebuah persaingan, maka diperlukan sebuah strategi khusus. Salah satunya adalah merujuk kepada sebuah program kegiatan acara radio agar mempertahankan eksistensinya dengan cara mempertahankan kegiatan program dan masyarakat dengan menerapkan lima strategi yaitu merancang kegiatan, bekerjasama dengan instansi, melakukan langkah dengan teknologi, promosi program baru, kesesuaian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait tentang strategi *positioning* RAU FM dalam mempertahankan eksistensinya di Kota Padangsidimpuan. yang telah peneliti uraikan yaitu ada lima strategi yaitu strategi merancang kegiatan adalah strategi yang dirancang sebelum melakukan kegiatan yaitu meliputi melakukan pembentukan rancangan kegiatan meliputi musyawarah terlebih dahulu kepada para penyiar, memberikan rancangan-rancangan, kegiatan-kegiatan program yang ingin dilakukan, menyiapkan konten audio dan materi audio pendukung dengan tahapan rancangan program, persiapan memilah-memilih hasil rancangan, serta meramu konsep-konsep acara atau memilih program yang cocok dan menarik perhatian untuk para pendengar. strategi bekerjasama dengan instansi adalah strategi yang dilakukan untuk melakukan kerjasama dengan melakukan pendekatan dengan instansi lain meliputi memperkenalkan visi Misi RAU FM yang telah di tetapkan kepada instansi tersebut bagaimana proses kerjanya, program apa yang di tampilkan, kegiatan apa yang masih tetap berjalan, apa saja sumber daya yang mereka miliki, dan bagaimana mereka menyesuaikan program yang sekarang diminati oleh masyarakat. strategi melakukan langkah dengan teknologi adalah Dalam menjalankan strategi ini yaitu dengan tahapan membuat penemuan atau sesuatu hal yang baru, agar RAU FM tidak ketinggalan zaman, mengingat di zaman sekarang radio sudah agak tergeser peminatnya dikarenakan maraknya internet

yang semakin meluas, sehingga RAU FM membuat teknologi yang bisa membuat jangkauan yang semakin meluas dari daerah keluar daerah, nasional hingga internasional, agar pendengar yang ingin mendengarkan RAU FM bisa dijangkau dan didengarkan oleh masyarakat luas. strategi promosi program baru adalah Dalam menjalankan strategi ini yang dilakukan oleh RAU FM yaitu dengan tahapan mempromosikan program terbaru yang tak kalah menarik dari program-program sebelumnya, memperkenalkan kepada masyarakat mengenai program yang baru dan akan mereka jalankan dan tak kalah menarik dari program sebelumnya, dan strategi kesesuaian adalah Strategi yang dilakukan di RAU FM pada program siaran dengan tahapan penjadwalan, tipe program yang cocok untuk para pendengar dan untuk mempertahankan minat pendengar pada program tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan berkenaan dengan program unggulan yang disajikan RAU FM yaitu:

1. Secara kelembagaan programnya sudah dikemas dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan eksistensinya yang telah berdiri sejak puluhan tahun lamanya dan masih tetap memikat hati pendengarnya. Namun demikian perlu ditambah jumlah persnonilnya supaya pelaksanaan program acaranya lebih efektif.

2. Bagi para penyiar agar selalu meningkatkan kualitas dalam menyiarkan acara dan program yang dibawakan serta berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pendengar setianya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, *Manajemen Strategis*, Makassar: Nas Media Pustaka, 2020.
- Adindo Apri Wige, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Anggito Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Astuti Santri Indah, *Jurnalisme Radio*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2013.
- Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Cangara Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Caropeboka Ratu Mutialela, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2017.
- D. Prasetyo Bambang ,dkk., *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*, Malang: UB Press, 2018
- Erar Adie Yusuf dan Karantiano Sadasa Putra, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Diklat*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka (UT), 2019.
- Fahmi Irham, *Managemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Alfabeta, 2013.
- Fitrah Muh dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, Sukabumi: CV. Jejak, 2017
- Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

- Handayani Tati, *Buku Monograf: Positioning Bank Syariah di Jakarta*,  
Yogyakarta : Deepublish,2020.
- Karyaningsih Ponco Dewi,*Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota  
IKAPI), 2018.
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Jawa Timur: Ifatama Publisher, 2015.
- Meliza Juli, *Manajemen Pemasaran dan Strateginya*, NTB : Pusat Pengembangan  
Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022.
- Nurhadi Fachrul Zikri, *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Kencana,2017.
- Pratowo Andi, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, Yogyakarta : Ar-Rumedia,  
2014.
- Rukajat Ajat,*Pendekatan Penelitian Kuantitatif* , Yogyakarta: PT.  
Deepublish,2018.
- Romli Khomsahrial,*Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Grasindo, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan  
R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suryabrata Sumadi, *Metode Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Vanessya Vira Priyanka Putri, Nurudin, dkk., “*Teori Komunikasi Massa dan  
Perubahan Masyarakat*”, Malang : PT. Cita Intras Selaras, 2020.
- Wagiran, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Teori dan Implementasi)*,  
Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Yusuf Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian  
Gabungan*, Jakarta; Prenada Media Grup,2016.

Jurnal :

Batubara Abdul Karim, "Media Ecology Theory", dalam *Jurnal Iqra'*, Vol. 8, No.2, Oktober 2014.

Budio Sersa , "Strategi Manajemen Sekolah", dalam *jurnal Menata*, Volume 2, No.2, Juli-Desember 2019.

Dhamayanti Meliani, "Pemanfaatan Media Radio Di Era Digital", dalam *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, Volume 3, No.2, Tahun 2019.

Ginting Ribka Diana, Analisis Hubungan Penggunaan Radio Sebagai Media Promosi Perusahaan Dengan Pendapatan PT. Radio Bayu Tanah Karo, dalam *Jurnal AMIK MBP*, Volume 2, No. 1, Februari 2014.

Gozali Venessa Agusta, Muhammad Tsabit, "Eksistensi Radio Dalam Program Podcast di Era Digital Konten", dalam *Jurnal Global Komunikasi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 1, Tahun, 2020.

Habibie Dedi Kusuma. "Dwi Fungsi Media Massa", dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No.2, Desember 2018.

Heriyadi, "Strategi Positoning Dalam Persaingan Bisnis", dalam *Jurnal AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, Vol. 03, No. 03, Tahun 2018.

Innayah, "Radio Edukasi Sebagai Salah Satu Sumber Belajar Dalam Kegiatan Pembelajaran", dalam *Jurnal KWANGSAN*, Volume 2, No. 1, November 2014.

Johana Kornelia, dkk., "Penggunaan Fitur Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relation



Universitas Mercu Buana”, dalam *Jurnal JIMT*, Volume 1, No.3, Januari 2020.

Luhan Mc, Studying Media As Media: The Media Ecology Approach, dalam *Jurnal Media Tropes*, Vol. 1, Tahun 2008.

Nur Emilsyah, Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Makassar dalam Sosialisasi Program Makassar Tidak Rantasa, dalam *Jurnal Pekommas*, Vol. 3, No. 1, April 2018.

Rahayu Tresna Yumiana, Kartini Ros malah Dewi Katili, “Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya”, dalam *Jurnal Makna*, Vol. 4, No.1, Maret 2019.

Razali Geofakta, Evawani Elysa Lubis, “Strategi Positioning Radio Mandiri 98,3 FM Sebagai Radio News and Business Pekanbaru”, dalam *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 3, September 2017.

Thamrin Andi, “Eksistensi LPP RRI Mataram Berdasarkan Teori Niche”, dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 10, No.2 Desember 2019.

Yusuf Moh, Hardi Utomo, Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentu Strategi Bersaing Radio, dalam *Jurnal Graduasi*, Vol. 24, No.2, Tahun 2015.

## **LAMPIRAN I**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **DIREKTUR RAU FM :**

1. Bagaimana langkah persuasif yang dilakukan agar pendengar mau mendengarkan RAU FM?
2. Di zaman sekarang ini radio sudah tidak terlalu terkenal lagi, langkah seperti apa yang bapak lakukan agar RAU FM ini tetap bertahan hingga sekarang?
3. Bentuk kegiatan seperti apa yang dilakukan RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?
4. Bagaimana strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?
5. Apa indikator keberhasilan strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?

#### **ADMIN RAU FM :**

1. Bagaimana langkah persuasif yang dilakukan agar pendengar mau mendengarkan RAU FM?
2. Di zaman sekarang ini radio sudah tidak terlalu terkenal lagi, langkah seperti apa yang bapak lakukan agar RAU FM ini tetap bertahan hingga sekarang?
3. Bentuk kegiatan seperti apa yang dilakukan RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?

4. Bagaimana strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?
5. Apa indikator keberhasilan strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?

PENYIAR RAU FM :

1. Sebagai penyiar RAU FM padangsidempuan, bagaimana para penyiar mempromosikan program terbaru yang ada di RAU?
2. Strategi seperti apa yang para penyiar RAU FM lakukan dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan?
3. Terkait segmentasi RAU FM yang pendengarnya diperuntukkan kepada semua kalangan, bagaimana strategi yang digunakan untuk merangkul para pendengar tersebut?
4. Apakah ada faktor yang membuat nama RAU FM semakin hitz dari dulu sampai sekarang ini?
5. Apa indikator keberhasilan RAU FM dalam mempertahankankeeksistensiannya di Kota Padangsidempuan?

## **LAMPIRAN II**

### **PEDOMAN OBSERVASI**

Untuk mendukung kelancaran penelitian ini, maka peneliti melakukan observasi terhadap sejauh mana strategi positioning RAU fm dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti pada kegiatan-kegiatan RAU fm setiap minggunya (dalam membangun eksistensi), peneliti akan melakukan beberapa tindakan sebagai berikut:

1. Peneliti akan melakukan pengamatan terkait kegiatan RAU FM setiap minggunya.
2. Peneliti akan melakukan pengamatan terkait strategi yang dilakukan pihak RAU fm dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan.
3. Peneliti akan melakukan pengamatan mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh penyiar di RAU FM.

### **LAMPIRAN III**

#### **PEDOMAN DOKUMENTASI**

Untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti juga menggunakan dokumentasi yang mendukung tentang strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidempuan yang memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Sejarah berdirinya RAU FM (jika ada)
2. Visi dan misi RAU FM
3. Foto tentang benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, brosur pada radio RAU FM
4. Foto tentang kegiatan yang diadakan oleh radio RAU FM
5. Foto tentang kegiatan setiap minggu yang diadakan oleh radio RAU FM
6. Foto tentang kegiatansosial yang diadakan oleh radio RAU FM

## RENCANA PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tahapan-tahapan penelitian agar peneliti memperoleh hasil sesuai yang diinginkan, hasil yang valid dan maksimal. Tahapan-tahapan tersebut antara lain:

No	Tahapan	Keterangan/Waktu
1.	Pengajuan Judul Penelitian	Juli 2021
2.	Pengesahan Judul Penelitian	Oktober 2021
3.	Bimbingan Proposal Penelitian untuk Pembimbing II	Desember-Januari 2022
4.	Bimbingan Proposal Penelitian untuk Pembimbing I	Januari- Maret 2022
5.	Seminar Proposal Penelitian	Maret 2022
6.	Revisi Prposal Penelitian	April 2022
7.	Penelitian	Mei-Juni 2022
8.	Bimbingan Skripsi	Juli - September 2022
9.	Seminar Hasil Skripsi	Desember 2022
10.	Sidang Munaqosah	Januari 2023

## DOKUMENTASI



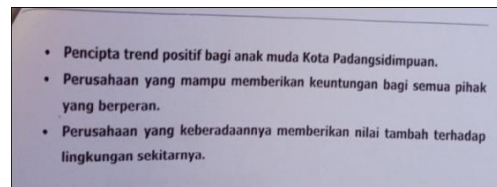
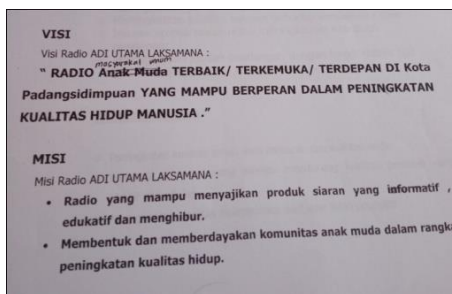
Gambar 1 Dokumentasi kegiatan Jum'at Berkah



Gambar 2 Wawancara dengan penyiar dan admin RAU FM

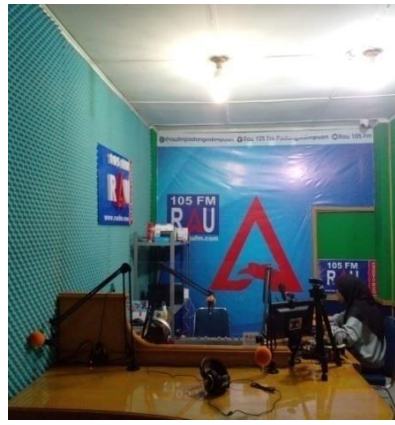


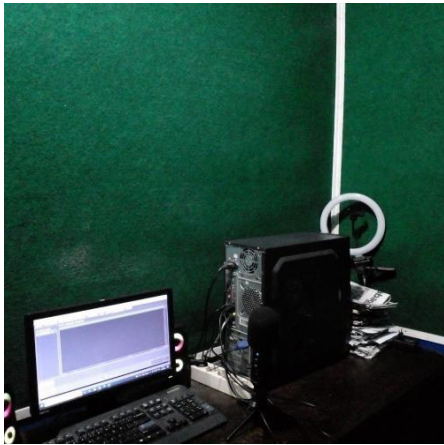
Gambar 3 Dokumentasi tata tertib RAU FM



Gambar 4 Dokumentasi Visi dan Misi RAU FM







**105 FM RAU**  
**PT BADIO ADI UTAMA LAKSAMANA**

SILAHKAN KIRIM BERITA DUKA CITA ANDA  
 UNTUK DI INFORMASIKAN DI RAU FM  
 TIDAK DI PUNGUT BIAYA / GRATIS

**SOCIAL MEDIA RAU FM**  
 : 0822 9999 6165  
 : Ratu Pedangsidempuan  
 : raudangsidempuan  
 : RAU105FM  
 : RAU 105 FM

**Program Unggulan**

**Berbalas Pantun**  
 Program acara Berbalas Pantun Sabtu  
 Minggu pukul 20.00-24.00  
 2200 0000 2018 Dalam Kategori Budaya  
 dan Bahasa  
 Berbalas Pantun Berbalas Dampak, Mengajar  
 dan Menginspirasi  
 Lomba Sabtu - Minggu Pukul 20.00 - 24.00 WIB

**GALAXY**  
 (Jual Informasi Aktif dan KPI)

**JUM'AT BERKAK**  
 Kegiatan acara Jumat Berbalas dengan  
 pertandingan dan kompetisi yang seru  
 dengan hadiah yang sangat menarik

Solo, Sabtu 17.00-18.00  
 Klaten, 17.00-18.00  
 Magelang, 17.00-18.00  
 Sukoharjo, 17.00-18.00  
 Karanganyar, 17.00-18.00  
 Boyalali, 17.00-18.00  
 Sukoharjo, 17.00-18.00  
 Karanganyar, 17.00-18.00  
 Boyalali, 17.00-18.00  
 Sukoharjo, 17.00-18.00  
 Karanganyar, 17.00-18.00  
 Boyalali, 17.00-18.00

**PROGRAM ACARA**

**Quata Dunia KINI**  
 Sabtu - Minggu  
 Pukul 08.00 - 10.00  
 Info Wisata, Olahraga, Edukasi,  
 Seni, Musik, Kultur & Seni,  
 Kesehatan, Tradisi Kearifan,  
 Program Paj

**KETABO TU SIDUJUAN**  
 Sabtu - Minggu  
 Pukul 14.00-16.00  
 Pasca Lagu Bekas dan Tampil

**KITA DAN BUDAYA**  
 Sabtu - Minggu  
 Pukul 16.00 - 18.00  
 Info Budaya, Wisata, Tips,  
 Travel, Lifestyle

**PROGRAM HARI-ANAK**  
 Sabtu - Minggu  
 Minggu Pukul 09.00 - 10.00  
 Klubus Ona 1-12 Tahun

**PROGRAM RELIGIUS**  
 Sabtu - Minggu  
 Pukul 18.00 - 20.00  
 Program dan Acara keagamaan  
 dan kearifan lokal  
 Pukul 18.00 - 20.00  
 At: Karan Pukul 18.00  
 Karanganyar, Sukoharjo, Boyalali

**REQUEST WEEKEND**  
 Sabtu - Minggu  
 Pukul 18.00 - 20.00  
 Request Lagu Bekas dan Tampil

**NIGHT WITH US**  
 Minggu Pukul 20.00-24.00  
 Berbalas Pantun, Canda,  
 dan Mainy

**KARAOKE MALAM MINGGI**  
 Minggu Pukul 20.00-24.00  
 Berbalas Pantun, Canda,  
 dan Mainy

**BERBALAS PANTUN**  
 Sabtu - Minggu Pukul 20.00-24.00  
 Berbalas Pantun, Canda,  
 dan Mainy

**KARAOKE MALAM MINGGI**  
 Minggu Pukul 20.00-24.00  
 Berbalas Pantun, Canda,  
 dan Mainy

**PT BADIO ADI UTAMA LAKSAMANA**

**DIGARAH KAMI 24 JAM**  
**SINERGI APLIKASINYA DI PLAYSTORE**  
 Download aplikasi kami di Playstore

Gambar 5 Dokumentasi Sarana dan Prasarana serta Brosur Program Acara RAU FM

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Rohimah Zulmi Syahfitri Lubis
2. Nim : 1830100008
3. TTL : Makassar, 27 Desember 2000
4. Alamat : Jl. Raja Inal Siregar, Gg. Sihar 4 Batunadua Jae
5. No Hp : 082268711872

#### IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah : Zulham Lubis
2. Pekerjaan : Serabutan
3. Ibu : Asmila Dalimunthe
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Jl. Raja Inal Siregar, Gg. Sihar 4 Batunadua Jae

#### PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200209 Sitamiang tammat Tahun 2012
2. MTsN 1 Model Padangsidimpuan tammat Tahun 2015
3. MAN 1 Padangsidimpuan tammat Tahun 2018
4. Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tammat Tahun 2023